

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 313 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และพบข้อเสนอแนะ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าเป็นผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ตั้งแต่ 1-3 ปี โดยเหตุผลที่เข้าเป็นผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด คือ ได้บริโภคสินค้าด้วยตัวเอง ส่วนสถานที่ที่มาใช้บริการเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด คือ ศูนย์จำหน่ายข้างเผือก 1 ส่วนใหญ่ยอดการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท ความถี่ในการสั่งซื้อ GD-1 คือ 1 ครั้งต่อเดือน

##### ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท กรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

###### 2.1 ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัดในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อส่วนประสมการตลาดในระดับมากโดยเรียงลำดับ ได้ดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในการรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรก คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์

รองลงมาคือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน และมีหลายขนาดให้เลือก

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในการรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมามีความคาดหวังในระดับมาก คือ มีหลายราคาให้เลือก และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อดีง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตาม จำนวนที่ต้องการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก

## 2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับ และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทน

จำหน่ายที่สามารถติดต่อดีง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่ค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ

**ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่**

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา คือ มีขนาดให้เลือกน้อย รองลงมา คือ ทรายห่อไม่เป็นที่รู้จัก และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ดูไม่ทันสมัย ขาดความสวยงาม

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบปัญหา คือ ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลายเพียงพอ รองลงมาคือ ราคาต่อขวดแพงเกินไป และวิธีการชำระเงินยังไม่มีหลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาคือ ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา รองลงมาคือ ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกอย่างเพียงพอ และไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบปัญหา คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ ยังไม่เพียงพอ รองลงมาคือ แมกกาซีน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งให้ตามบ้านไม่มีความสม่ำเสมอ และเอกสารแนะนำสินค้าแนะนำความรู้ยังไม่เพียงพอ ถ้าสมัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน  
 ประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และ  
 รายได้

4.1. ข้อมูลความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ  
 บริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังที่มี  
 ค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปีที่ผลิตและ  
 หมดอายุ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก  
 คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มี  
 ความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมา คือ มีหลายราคา  
 ให้เลือก

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
 อันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มี  
 บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
 อันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ  
 กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและ เพศหญิงมีความ  
 คาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มี  
 พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ  
 บริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
 อันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์  
 รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจน ทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

#### 4.3 ข้อมูลความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไดมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับ คุณภาพ

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์ แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์ แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้า แจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

#### 4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีสต็อก สินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มี ศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก มี สต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

#### 4.5 ข้อมูลความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง



ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายราคาติดที่ชัดเจน และมีหลายราคาให้เลือก เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือมีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 –10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคลลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 –15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย

#### 4.6 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน รองลงมา มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือมี สต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดีเท่ากัน รองลงมาคือ มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

### อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ศึกษาตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2546) สามารถอภิปรายผลผลการศึกษาดังนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย สำหรับความพึงพอใจพบที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดตามลำดับ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และปริมาณที่บรรจุตรงความจริง สำหรับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ในระดับมากที่สุดตามลำดับ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัน เดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ และ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาด ปลอดภัย มีสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรวิไล วงศ์ใจมา และวศมน ลឹสมวงค์ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ร้านขายยาที่อยู่ที่ย่างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีการเลือกซื้อมากที่สุด คือ สาหร่ายสไปรูลิน่า โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้ซื้อส่วนใหญ่ ซื้อยี่ห้อเดียวเป็นประจำ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน สำหรับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของกรวิไล วงศ์ใจมา และวศมน ลឹสมวงค์ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ของประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ร้านขายยาที่อยู่ที่ย่างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารราคาของผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมและมี ราคาถูกกว่าที่อื่น

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ มาก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก กระบวนการสั่งซื้อไม่ ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และมีการตอบคำถาม/ ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต สำหรับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก มีสต็อก สินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ ที่ทำงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรวิไล วงศ์ใจมา และวศมน ลឹสมวงค์ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ร้านขายยา ที่อยู่ที่ย่างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ซื้อเหตุผลในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสถานที่จำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ สำหรับความพึงพอใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ มีพนักงานขายที่สามารถให้คำปรึกษาได้ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ในเรื่อง รายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรวิไล วงศ์ใจมา และ วศมน ลีสมวงศ์ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ร้านขายยาที่อยู่ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากที่สุดคือตนเอง และสื่อโทรทัศน์

สำหรับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา คือ มีขนาดให้เล็กลง รongลงมา คือ ทรายหือไม่เป็นที่รู้จัก และ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดูไม่ทันสมัย ขาดความสวยงาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้บริโภคพบปัญหา ผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ ภาชนะบรรจุเสียหายหรือไม่เหมาะสมกับการใช้

ปัญหาด้านราคา ที่พบส่วนใหญ่ คือ ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลาย เพียงพอ รongลงมา คือ ราคาต่อขวดแพงเกินไป และวิธีการชำระเงินยังไม่มีหลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่ผู้บริโภคพบปัญหา คือ การปรับราคาสินค้าบ่อย สินค้าขาดตลาด

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบปัญหา คือ ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา รongลงมาคือ ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกอย่างเพียงพอ และไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีรรัตน์ จันทร์ศรี และปาริฉัตร สุริฉัตรไชยยันต์ (2546) ศึกษาปริมาณศึกษาทัศนคติของ

ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่พบว่าทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับความนิยมในการใช้ ได้แก่ สาหร่ายสไปรูไลนา ชุปไก่สกัด นิวทริไลท์แอมเวย์ น้ำมันปลา และแคลเซียม ตามอันดับ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มตัวอย่างคือ ใช้เพื่อส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบปัญหา คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ ยังไม่เพียงพอ รองลงมา คือ แมกกาซีน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งให้ตามบ้านไม่มีความสม่ำเสมอ และ เอกสารแนะนำสินค้า ที่ให้ความรู้ยังไม่เพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิเดช ปิยพิพัฒน์มงคล (2543) ที่ศึกษา พฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้บริโภคมีปัญหาในการซื้อที่มีการลดแลก แจกแถม มากเกินไปไม่น่าสนใจ และพนักงานขายขาด คุณสมบัติในเรื่องความรู้จริงในสินค้า และบรรยายสรรพคุณเกินจริงของพนักงานขาย รวมทั้งการ ยัดเยียดการขายสินค้าแก่ผู้บริโภคมากเกินไป

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจนถึงมากกว่า 50 ปี มีทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกตั้งแต่ 1-3 ปี โดยเหตุผลที่เลือกเป็นสมาชิกมากที่สุดคือ ได้บริโภคสินค้าด้วยตัวเอง และส่วนใหญ่สั่งซื้อสินค้าในแต่ละเดือนไม่เกิน 3,000 บาท และมีความถี่ในการสั่งซื้อน้อยที่สุดคือมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและมีความพึงพอใจในระดับเหมือนกันในด้าน ผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ส่วนด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด มีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

และเมื่อทำการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละด้านมีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		ผลต่าง
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.82	มาก	4.81	มาก	-0.01
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	4.14	มาก	3.81	มาก	-0.33
มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	4.13	มาก	3.63	มาก	-0.5
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	4.75	มาก	4.72	มาก	-0.03
ความมีชื่อเสียงของตราสัญลักษณ์	4.11	มาก	3.37	ปานกลาง	-0.74
มีหลายขนาดให้เลือก	4.43	มาก	2.38	น้อย	-2.05
มีหลายชนิดให้เลือก	4.42	มาก	2.39	น้อย	-2.03
ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	4.75	มาก	4.72	มาก	-0.03
บรรจุภัณฑ์และหีบห่อแข็งแรงสวยงาม ทันสมัย	4.08	มาก	3.41	ปานกลาง	-0.67
เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า	3.97	มาก	3.38	ปานกลาง	-0.59
<b>ด้านราคา</b>					
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ/คุณภาพ	4.26	มาก	2.87	ปานกลาง	-1.39
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.68	มาก	4.66	มาก	-0.02
มีหลายราคาให้เลือก	4.46	มาก	2.42	น้อย	-2.04
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	4.07	มาก	3.43	ปานกลาง	-0.64
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	4.32	มาก	4.14	มาก	-0.18
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	4.03	มาก	3.47	ปานกลาง	-0.56
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	3.91	มาก	3.11	ปานกลาง	-0.8
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	3.99	มาก	3.83	มาก	-0.16
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	4.05	มาก	3.97	มาก	-0.08
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	4.05	มาก	3.99	มาก	-0.06

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่อส่วน  
 ประสมการตลาดของบริษัทบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		ผลต่าง
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.88	มาก	2.96	ปานกลาง	-0.92
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
มีพนักงานขายสามารถให้ คำปรึกษาได้	4.09	มาก	4.01	มาก	-0.08
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	4.24	มาก	2.33	น้อย	-1.91
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลด ราคา มี ของแถม เป็นต้น	4.00	มาก	2.93	ปานกลาง	-1.07
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	4.04	มาก	3.09	ปานกลาง	-0.95
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	4.01	มาก	3.20	ปานกลาง	-0.81
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลด พิเศษสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	4.01	มาก	3.17	ปานกลาง	-0.84
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ	3.98	มาก	2.94	ปานกลาง	-1.04
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	4.01	มาก	3.92	มาก	-0.09
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำ สินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	4.02	มาก	3.21	ปานกลาง	-0.81

ผลการศึกษาปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท  
 กรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบปัญหามากที่สุดคือ มีขนาดให้  
 เล็กน้อย รองลงมา ทรายห่อไม่เป็นที่รู้จัก ด้านราคา ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลาย เพียง  
 พอที่จะให้เลือกซื้อ รองลงมา ราคาต่อขวดแพงเกินไป ด้านการจัดจำหน่าย ไม่สามารถสั่งซื้อได้  
 ตลอดเวลา รองลงมา ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกอย่าง



เพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาในสื่อต่างๆ ยังไม่เพียงพอ รองลงมา แมกกาซีน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งให้ตามบ้านก็ไม่มีความสะดวก

สำหรับผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลางเท่ากัน

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมใน ระดับมากเหมือนกัน ส่วนด้านราคาทุกช่วงอายุมีความคาดหวังโดยรวมในระดับมาก สำหรับ ความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี จะมี ความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-20-30 ปี และ 31-40 ปี จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคาดหวังโดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เช่นกัน ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความคาดหวังโดยรวมในระดับมาก ในขณะที่ความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท มีความคาดหวังโดยรวมในระดับมากและมีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังโดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปาน กลาง เท่านั้น

ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความคาดหวังในระดับ มาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เท่านั้น ที่มีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนความคาดหวัง

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดและ ความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ มีข้อค้นพบ ดังแสดงที่ 51-56

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและความคาดหวังสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์
ด้านราคา	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีหลายราคาให้เลือก
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์
ด้านราคา	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	คือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	คือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและความสอดคล้องสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41 -50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	ปริมาณที่บรรจุตรงตามจริง
ด้านราคา	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ตามระบบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง
ด้านราคา	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและความคาดหวังสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามรายได้

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์
ด้านราคา	ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	มีเอกสารแนะนำสินค้า แยก เช่น โบว์ชัวร์ แคตตาล็อก	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	วัน เดือน ปี ที่ผลิตและ หมดอายุ	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์
ด้านราคา	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีรายละเอียดราคา สินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบ ส่งของและ ใบเสร็จรับเงิน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	มีติดต่อสินค้าครบและ เพียงพอตามจำนวนที่ ต้องการ	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้	มีพนักงานขายสามารถ ให้คำปรึกษาได้



### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีน ไดมอนด์ จำกัด มีข้อเสนอแนะดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อยในเรื่อง มีหลายขนาดให้เลือก มีหลายชนิดให้เลือก และเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า และพบปัญหามากที่สุดคือ มีขนาดให้เลือกน้อย ดังนั้น บริษัทควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายชนิดให้เลือก และการบรรจุภัณฑ์ควรมีหลายขนาดให้เลือก โดยบรรจุเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อได้ตามความต้องการ ตลอดจนมีการปรับปรุงเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า เช่น ถ้าหากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วไม่ได้ผลจริงยินดีคืนเงิน นอกจากนี้ควรพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วให้เงื่อนไขการรับประกันที่เท่ากัน หรือดีกว่าถ้าสามารถกระทำได้

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและระดับน้อยในเรื่อง ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน และมีหลายราคาให้เลือก และปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลายเพียงพอ และราคาต่อขวดแพงเกินไป ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาปรับปรุงราคาสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยอาจมีการตั้งราคาสินค้าที่แตกต่างกันในด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ราคาขนาดขวดเล็ก ราคาขนาดขวดกลาง และราคาขนาดขวดใหญ่ โดยการตั้งราคาสำหรับขนาดบรรจุขวดเล็ก ควรตั้งราคาให้เหมาะสม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการทดลองซื้อไปใช้ ทั้งนี้ควรมีนโยบายในการตั้งราคาตามขนาดบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตามความเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อให้เหมาะสมกับสถานะการณ์ของผู้บริโภคเอง นอกจากนี้ควรพิจารณาในการให้ระยะเวลาเครดิตในการผ่อนชำระเป็นงวดๆ และให้มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต การโอนผ่านทางธนาคาร จ่ายทางธนาคัติ หรือพัสดุเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น

**ด้านการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่อง มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และมีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต และปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกอย่างเพียงพอ ดังนั้น บริษัทฯ ควรเพิ่มความสะดวกในการติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับบริษัท โดยการเพิ่มเบอร์โทรศัพท์ และแฟกซ์ สายตรงถึงฝ่ายขายให้มากขึ้น และอีเมลล์สำหรับส่วนสนับสนุนการขายให้มากขึ้น