

T 141890

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ และศึกษาถึงปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตราเฮอร์บาไลฟ์เพื่อควบคุมน้ำหนักที่มารับบริการ ณ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฮอร์บาไลฟ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 357 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย และสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี น้ำหนักตัว 51-60 กิโลกรัม ระดับความสูง 151-160 เซนติเมตร การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน รู้จักผลิตภัณฑ์โดยเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ และมีเหตุผลการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อลดน้ำหนัก มีมาตรฐานของน้ำหนักตัวเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน

ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านสถานที่ ในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจ ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับน้อย โดยประเด็นย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่พึงพอใจอันดับแรกคือ ประเภท

T 141890

ของผลิตภัณฑ์หลากหลาย ประเด็นย่อยด้านกระบวนการที่พึงพอใจอันดับแรกคือ ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ประเด็นย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่พึงพอใจอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ประเด็นย่อยด้านราคาที่พึงพอใจอันดับแรกคือ มาตรฐานของราคา ประเด็นย่อยด้านบุคคลที่พึงพอใจอันดับแรกคือ บุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของพนักงานขาย ประเด็นย่อยด้านสถานที่ที่พึงพอใจอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง และประเด็นย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่พึงพอใจอันดับแรกคือ ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

ลูกค้ามีปัญหาโดยรวมเฉลี่ยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง แต่มีปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยประเด็นย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ประเด็นย่อยด้านราคาที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง ประเด็นย่อยด้านสถานที่ที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ ประเด็นย่อยด้านกระบวนการที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ประเด็นย่อยด้านบุคคลที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขาย ประเด็นย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง และประเด็นย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่มีสถานที่จอดรถ

The objectives of this independent study were to study the customer satisfaction with and the problems from using Herbalife herbal weight control products in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The population for this study was 357 Herbalife customers who used the services of Herbalife distribution centers in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The data was collected from questionnaires and analyzed by frequency, percentage, and mean, and was summarized as follows.

The majority of the customers were female of 31-40 years old, with weight ranging from 51-60 kilograms, and height ranging from 151-160 centimeters. They obtained a Bachelor's degree and earned an average of 10,000-20,000 baht per month. They were private corporate employees and they learned about the product from pamphlets. The reason for using the product was to lose weight. Considering the standard ratio between weight and height, the customers' weight was higher than the standard.

The customers ranked satisfaction at a moderate level with products, process, physical evidence, price, personnel, and place, while they ranked satisfaction at an average low level with promotion. The sub-factor of products which the customers ranked at the first level of satisfaction was variety of products. The sub-factor of process which the customers ranked at the first level of satisfaction was the first-time purchasing process. The sub-factor of physical evidence which the customers ranked at the first level of satisfaction was product accompanied by quality guarantee from a famous foreign institute. The sub-factor of price which the customers ranked at the first level of satisfaction was standard price. The sub-factor of personnel which the customers ranked at the first level of satisfaction was personality and manners of personnel. The sub-factor of place which the customers ranked at the first level of satisfaction was convenient location of distribution centers. The sub-factor of promotion which the customers ranked at the first level of satisfaction was sufficient advertisement through various media.

Problems in promotion, price, place, process, personnel and products were ranked at an average moderate level of satisfaction, while problems in physical evidence were ranked at an average low level of satisfaction. The sub-factor of promotion which was ranked at a first level of problematic was advertisement through various media. The sub-factor of price which was ranked at a first level of problematic was products sold in a set were expensive. The sub-factor of place which was ranked at a first level of problematic was too few distribution branches. The sub-factor of process which was ranked at a first level of problematic was customers not being informed about how to return products which they had problems with. The sub-factor of personnel which was ranked at a first level of problematic was salesperson's visit to customers were not frequent. The sub-factor of products which was ranked at a first level of problematic was expected result from using products. The sub-factor of physical evidence which was ranked at a first level of problematic was not enough parking space at distribution branches.