



“การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย
เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย”

“Market Opportunity for SME Thai Herbal Health Care
Cosmetics in Thai Elderly”

แผนงานวิจัย

“กลยุทธ์การตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย”
“Marketing Strategies for SME Thai Herbal Health Care Cosmetics in Thai Elderly”

ศศพร มุ่งวิชา

SASAPHON MOONGVICHA

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนประจำปีงบประมาณ 2559

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญากลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย ที่มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญากลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญากลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME ผู้สูงอายุไทยเพื่อสุขภาพ ที่มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย ที่มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาดและ ส่วนประสมการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ การสุ่มจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการคำนวณจากประชากรผู้สูงวัย ตามวิธีสถิติ Taro Yamane (1967) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 402 คน จากประชากรผู้สูงวัยทั้งหมด 10,014,705 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ ANOVA และ MCA

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ ของ ตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อ ตัวแปรตาม พบความสัมพันธ์ คือ การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์กิจการ ในระดับปานกลาง การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับปานกลาง วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับ ค่อนข้างน้อย การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับ ส่วนประสมทางการตลาด ค่อนข้างน้อย วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์ กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับค่อนข้างน้อย วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์กับ ส่วนประสมทางการตลาด ในระดับปานกลาง กลยุทธ์การตลาด มีความสัมพันธ์ กับ ส่วนประสมทางการตลาด ในระดับปานกลาง

ABSTRACTS

This research aims for study 1) the relationship of market opportunity for Thai SMEs herbal cosmetics in elderly market that effect to marketing strategies for Thai SMEs herbal cosmetics in elderly market 2) the relationship of marketing strategies of Thai- local- wisdom SMEs herbal cosmetics that effect to marketing mixed of Thai SMEs herbal cosmetics for elderly market 3) the analysis of market opportunity in Thai SMEs herbal cosmetics that effect to marketing strategies and marketing mixed in Thai SMEs elderly market. Samplings were randomly done within population of Bangkok metropolitan while calculated under Taro Yamane (1967) methodology upon 10,014,705 elderly with 402 samples were drawn and conducted using survey technique. Data collecting using questionnaires which was analyzed by SPSS in frequency, percentage, mean standard deviation distribution and perform analyzing by ANOVA and MCA.

RESULTS

The outcomes of their relationship between independent and dependent variables are market opportunity is related to SMEs objective in moderate range. Market opportunity is related to marketing strategies in moderate range, and SMEs objective is related to marketing strategies in low range. Market opportunity is related to marketing mixed in low range, and SMEs objective is related to marketing mixed in moderate range more over marketing strategies is related to marketing mixed in moderate level as well.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง “การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย” เป็นโครงการวิจัยย่อยที่ 2 ภายใต้ แผนงานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย” เป็นงานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนประจำปีงบประมาณ 2559 ผู้วิจัยได้พัฒนางานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานด้านวิชาการ เนื้อหาของงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการตลาด โดยผู้ที่สนใจศึกษาสามารถนำแนวคิด ผลการวิจัยไปปรับกระบวนการวางแผนการตลาด ประโยชน์ทางด้านวิชาการนี้สามารถเพิ่มพูนองค์ความรู้ ด้านแนวคิดที่ผู้บริหารกลุ่มสูงวัยมีต่อเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้ จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาด หลังจากการศึกษาพฤติกรรมลูกค้า คู่แข่งและตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อเป็นการขยายและอนุรักษ์ไว้ซึ่งสินค้าภูมิปัญญาไทย อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนและสร้างความเข้าใจทั้งภาครัฐ ภาคการผลิตและผู้บริโภคสินค้าสืบไป

ศศพร มุ่งวิชา

ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	3
ขอบเขตงานวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	6
ทฤษฎี กลยุทธ์การตลาด.....	6
แนวคิดการขยายโอกาสทางการตลาด.....	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
กรอบแนวคิดทฤษฎี.....	16
สมมุติฐานการวิจัย.....	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	20
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	20
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
ตารางแจกแจงข้อมูล.....	27
การขยายโอกาสทางการตลาดตลาด.....	28
วัตถุประสงค์ทางการตลาด.....	29
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	30
ส่วนประสมทางการตลาด.....	31
ตารางแสดงความสัมพันธ์.....	35
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	168
สรุปผลการวิจัย.....	168
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	169

ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับวัตถุประสงค์กิจการ....	171
ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับกลยุทธ์การตลาด.....	173
ความสัมพันธ์ การขยายโอกาสทางการตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด	175
ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ กับ กลยุทธ์การตลาด.....	180
ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ กับ ส่วนประสมทางการตลาด.....	182
ความสัมพันธ์กลยุทธ์การตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด.....	185
อภิปรายผล.....	189
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	190

บรรณานุกรม



ชื่อแผนงานวิจัย “กลยุทธ์การตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย”

“Marketing Strategies for SME Thai Herbal Health Care Cosmetics in Thai Elderly”

ชื่อโครงการวิจัยที่ 2 “การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย”

“Marketing Opportunity for SME Thai Herbal Health Care Cosmetics in Thai Elderly”

บทที่ 1 บทนำ

การขยายโอกาสทางการตลาดกลุ่มตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ทำให้เกิดการตระหนักในการดูแลสุขภาพด้านผิวหนัง อันเป็นการเพิ่มความต้องการด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ผู้บริโภคมิได้เพียงแต่จะดูแลสุขภาพผิวพรรณเท่านั้น แต่ยังคงต้องการความสวยงามไร้ริ้วรอยแม้มิได้มีปัญหาจากโรคต่างๆ เช่น สิว กระ ฝ้า ส่วนในเพศชายก็มีความรักสวยรักงามเพิ่มขึ้น โดยจะสังเกตได้จากจำนวนเครื่องสำอางในเพศชายมีจำนวน ชนิด ยี่ห้อที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมายถึงแม้ว่าเครื่องสำอางเหล่านี้มีราคาแพง แต่เครื่องสำอางในเพศชายในจำนวน ชนิด ยี่ห้อที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและก้าวกระโดด สำหรับในกลุ่มผู้สูงวัยหญิงพบว่ามีสัดส่วนการดูแลสุขภาพสูงจากปริมาณการซื้อ การใช้ครีม สمانผิว กระชับรูปร่างและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม สินค้าเพื่อความงามแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเวชภัณฑ์ความงาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหนัง ป้องกัน สิว ฝ้า กระ ลดเลือนริ้วรอย คืนความอ่อนเยาว์สู่ผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ หยุดปัญหาผมร่วง ผมบาง ศีรษะล้าน ผลิตภัณฑ์เพื่อหุ่นเพรียวสวย ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด เป็นต้น

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์สปา เป็นหมวดหมู่สินค้าประเภทพักผ่อนหรือผ่อนคลายผิว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผลิตภัณฑ์สำหรับนวด ผลิตภัณฑ์สำหรับพอก ผลิตภัณฑ์สำหรับขัด เป็นต้น

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นทางหนึ่งสำหรับคนรักสุขภาพนอกเหนือจากการรับประทานยาประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจความงามขึ้นอยู่กับงบประมาณการลงทุนเป็นปัจจัยหลัก ถ้างบประมาณมีจำนวนจำกัดจะเลือกตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้ขายสินค้า แต่หากมีงบประมาณมากพอจะลงทุนด้านผลิตภัณฑ์โดยการสร้างแบรนด์ ตั้งโรงงานผลิต ลงทุนเครื่องจักร จ้างพนักงาน สั่งสินค้าจากโรงงาน

ผู้ผลิต OEM (Original Equipment Manufacturing) ที่รับจ้างผลิตตามความเชี่ยวชาญ ได้มาตรฐาน ในการผลิตตามลักษณะที่ต้องการ (Made to Order) ตามงบประมาณที่มีอยู่ซึ่งวิธีนี้จะได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเอาเงินทุนมหาศาลไปจมกับค่าการผลิตและไม่ต้องสต็อกสินค้าไว้มากนัก

การสั่งผลิตตามลักษณะที่ต้องการ ผู้ผลิตจะช่วยแปรเปลี่ยนความคิดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้โดยการเลือกคุณภาพของวัตถุดิบด้วยบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามตามความต้องการของผู้ผลิต การขยายโอกาสทางการตลาดสามารถทำได้หลายรูปแบบ อาทิเช่น

1. การขยายโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่เน้นการเปิดร้าน โดยเน้นการขายผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เสนอสินค้าคุณภาพที่มีตราหยั่ห่อ เป็นที่เชื่อถือและรู้จักของผู้บริโภคทำให้เกิดการได้เปรียบในการทำตลาด ผู้ขายจะซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมาขายและสามารถสร้างรายได้โดยง่าย

2. การขยายโอกาสทางการตลาดที่เน้นบริการความงามเป็นหลัก และต้องใช้ผลิตภัณฑ์ในการบริการอาจไม่ได้ใช้สินค้าที่มีตราหยั่ห่อ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงเพราะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น ผู้ขายอาจสร้างโรงงานผลิตสินค้าหรือสร้างตราสินค้าได้ด้วยตัวเอง ถ้าพอใจในผลิตภัณฑ์ก็สามารถใช้ช่องทางนี้ขายสินค้าได้อีกต่อหนึ่ง

3. การขยายโอกาสทางการตลาดโดยธุรกิจเครือข่าย ซึ่งเป็นระบบธุรกิจการตลาดรูปแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจที่สร้างรายได้จำนวนมาก โดยไม่ต้องมีความเสี่ยง และไม่ต้องลงทุนเงินเป็นจำนวนมากเหมือนกับการทำธุรกิจทั่วไป เพียงเริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดี และเมื่อเกิดความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ก็แนะนำบอกต่อให้คนรู้จักได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้น เหมือนเป็นการโฆษณาแบบปากต่อปาก

เมื่อมีการซื้อผลิตภัณฑ์ใช้ตามคำบอกเล่าจากผู้แนะนำ ก็จะทำให้เกิดกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการโฆษณาและพ่อค้าคนกลาง เหมือนกับการตลาดแบบเดิมที่การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคจะต้องผ่านระบบพ่อค้าคนกลางซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับกำไรถึงร้อยละ 60 จากการจัดส่งสินค้ามาสู่ผู้บริโภค

เมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง ทำให้บริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ ประหยัดงบประมาณค่าโฆษณาได้มาก ซึ่งบริษัทจะนำงบค่าโฆษณาที่ประหยัดได้ไปใช้ทำการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ดีขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น ส่วนผลกำไรร้อยละ 60 ของพ่อค้าคนกลางที่ถูกตัดออกมานั้น บริษัทจะนำเงินส่วนนี้มาจัดสรรให้กับผู้บริโภคที่ใช้ดีแล้วบอกต่อกับผู้อื่นเป็นลำดับขั้นตามส่วนที่บริษัทกำหนดไว้ จะเห็นได้ว่าในระบบการตลาดแบบเครือข่ายนี้จะทำให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนแบ่งของรายได้มากถึงร้อยละ 60 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ จากระบบการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคแบบใหม่ นอกเหนือจากการที่จะต้องเป็นผู้จ่ายเงินซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียวในระบบธุรกิจแบบเดิม โดยการตลาดแบบเครือข่ายผู้บริโภคที่ใช้วิธีการแนะนำบอกต่อนี้จะ มีลักษณะที่พิเศษกว่าการตลาดแบบต่างๆ คือ ความสามารถในการขยายตัวของจำนวนผู้บริโภคที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นได้แบบไม่จำกัดจำนวน โดยอาศัยเพียงการแนะนำผลิตภัณฑ์จากคน 1 คนแนะนำให้กับ

คน 2 – 3 คน และแต่ละคนของ 2 – 3 คนบอกต่อกับคน 2 – 3 คนต่อไป ก็จะเกิดการขยายตัวของจำนวนผู้บริโภค ในลักษณะพหุคูณเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด และยังผู้ประกอบการไทยสามารถประยุกต์นำสมุนไพรรักษาโรคเทคโนโลยีในกรอบภูมิปัญญาไทยสร้างเอกลักษณ์ของเครื่องสำอางไทยได้ ก็จะทำให้เกิดสินค้าใหม่ๆ ที่สร้างโอกาสทางการตลาดได้ถึงวันนั้นอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยก็มีโอกาสเป็นฐานการผลิตเครื่องสำอางของโลกได้ไม่ยาก การวางเป้าหมายทางการตลาดสามารถทำได้จากการวิเคราะห์ลูกค้า วิเคราะห์ตลาด และวิเคราะห์คู่แข่งซึ่งได้นำการวิจัยในโครงการย่อย 1

ในการจัดทำแผนการตลาดนั้นจะต้องประกอบจากกลยุทธ์ เป้าหมายและส่วนผสมการตลาดที่ชัดเจน แผนการตลาด (Marketing Plan) ที่สมบูรณ์ นอกจากต้องระบุถึงเหตุผลหรือข้อมูลที่น่าไปสู่การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์หรือกิจกรรมทางการตลาดที่ควรปฏิบัติแล้ว ยังต้องกำหนดวิธีการตรวจสอบรวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวังในแต่ละกลยุทธ์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทั้งเพื่อนำไปปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขยุทธวิธี หากผลที่ได้จากกลยุทธ์หรือกิจกรรมทางการตลาดไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญา กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย ที่มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญา กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญา กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME ผู้สูงอายุไทยเพื่อสุขภาพ ที่มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย ที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดและส่วนประสมการตลาด

ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ด้าน การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญา กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ในสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุต่อวัตถุประสงค์ กลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2558 ถึง กันยายน 2559

ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คือ การขยายโอกาสทางการตลาด วัตถุประสงค์กลยุทธ์องค์กร ปัจจัยด้านความยั่งยืน ปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยด้านกลยุทธ์
2. ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) รัฐบาล โอกาสการเข้าตลาดสินค้าในกลุ่มผู้สูงวัย
3. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในส่วนองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาระหว่างเดือน ตุลาคม 2558 ถึงกันยายน 2559 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ ในเชิงมหภาคเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการจัดทำนโยบายและการวางแผนพัฒนาในการจัดทำนโยบายระดับมหภาค
2. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ ในเชิงจุลภาคแก่นักวิชาการเพื่อให้ทราบแนวทราความสัมพันธ์ของลักษณะทางตลาด ข้อมูลส่วนบุคคลผู้สูงอายุและคู่แข่ง ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย
3. ประโยชน์ในทางการนำไปใช้ เพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการ
4. ประโยชน์ในทางการนำไปใช้แก่ภาคชุมชน ในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้บริหาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนการบริหารงานของตน

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การขยายโอกาสทางการตลาด (Market opportunity) หมายถึง การเพิ่มโอกาสที่จะทำการขายสินค้าในตลาดในที่นี่จะหมายถึง การเจาะตลาด การขยายตลาด การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การขยายตลาดเข้าสู่ธุรกิจใหม่ ซึ่งในที่นี้บริบทของ SME จะหมายความรวมถึง การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยการใช้โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Market goal) หมายถึง การสร้างแรงจูงใจในกลุ่มผู้ซื้อสินค้า SME การให้ความสำคัญด้านวัฒนธรรมและวัตถุประสงค์ของสถาบัน SME ที่เหมาะสม

กลยุทธ์การตลาด (Market Strategy) หมายถึง การจัดทำกลยุทธ์การตลาดของ SME ในส่วนของ องค์กร กลยุทธ์ ชั้นเชิงและคุณค่า

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การจัดทำกรวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
ในสินค้ากลุ่ม SME ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง การสร้างความแตกต่าง การส่งเสริมการขาย การขาย
ผลิตภัณฑ์ ตรา การบริการ กระบวนการ ราคาและการจัดจำหน่าย

เครื่องสำอางสมุนไพรไทย (Thai Herbal Cosmetics) หมายถึง เครื่องสำอางสำหรับผม
เครื่องสำอางแอรโซล เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า เครื่องสำอางสำหรับลำตัว เครื่องหอม เครื่อง
สำอางใช้ในช่องปากและเบ็ดเตล็ด

สินค้า SME หมายถึง สินค้าที่ผลิตจากผู้ประกอบการขนาดเล็ก โดยผู้ประกอบการขนาดเล็ก
มีพนักงานไม่เกิน 50 คน



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาโครงการวิจัยที่ 2 เรื่อง “การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย” หรือ “Marketing Opportunity for SME Thai Herbal Health Care Cosmetics in Thai Elderly” ได้ทำการศึกษาโดยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

1. นิยาม กลยุทธ์การตลาด
2. ทฤษฎีของ วอล์คเกอร์
3. แนวคิดของ รัสเซลล์ เอส. ไวนเนอร์
4. แนวคิดคราเวนส์ แลมป์ และคริตเต็นเด็น
5. แนวคิดเบอร์โควิทซ์และคณะ
6. ทฤษฎี กลยุทธ์การตลาด เฮอรัมวาน คาทาจาย่า
7. ทฤษฎีการขยายโอกาสทางการตลาด
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิด ทฤษฎีการวิจัย
10. สมมุติฐานการวิจัย

1. ทฤษฎี กลยุทธ์การตลาด

ความหมายของกลยุทธ์ คำว่า "กลยุทธ์" (Strategy) เป็นคำที่มาจากภาษากรีกโบราณ จากคำว่า "strategic" เดิมทีเป็นศัพท์ที่ใช้ทางการทหาร หมายถึง "ศิลปะของนายพล" อันเกี่ยวข้องกับการวางแผนการใช้ทรัพยากรทางการทหารเพื่อเอาชนะชนะข้าศึกศัตรูของแม่ทัพในสนามรบ ต่อมาคำว่ากลยุทธ์ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในทางธุรกิจ ซึ่งมีคนให้นิยามของคำว่า "กลยุทธ์" หลายความหมายแตกต่างกันออกไป แต่พอจะสรุปสาระสำคัญของกลยุทธ์ได้ว่า ประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบหลักสำคัญอย่างน้อยที่สุด 2 อย่างคือ (1) เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะให้บรรลุ และ (2) แนวทางหรือวิถีทางในการปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้น โดยทำให้ได้รับความได้เปรียบหรือความเป็นต่อทางการแข่งขันที่ยั่งยืน กลยุทธ์การตลาด ถูกออกแบบขึ้นโดยการรวมความพยายามทั้งหมด มุ่งเน้นการนำไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยทางเลือกเป้าหมายตลาดหนึ่งหรือหลายตลาด จากนั้นจึงพัฒนาส่วนประสมการตลาด (4 P's) (ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย) เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายนั้น โดยทำให้ความต้องการของลูกค้าในตลาดนั้นได้รับการตอบสนอง ทำให้ได้รับความพึงพอใจ แม้ว่ากลยุทธ์การตลาดที่จัดทำขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเลือกตลาดเป้าหมาย

การพัฒนาส่วนประสมการตลาด ยึดหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. จะต้องสอดคล้องตามความต้องการและความมุ่งหมายของตลาดเป้าหมาย
2. สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง โดยคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่ และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น และ
3. จะต้องสอดคล้องกับพันธกิจ (mission) เป้าหมาย (goals) และวัตถุประสงค์ (objectives) ของบริษัท อีกด้วย

นิยามความหมายของกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แบบแผนสำคัญเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่ได้วางแผนไว้ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและปฏิบัติการโต้ตอบกัน ระหว่างบริษัทกับตลาดคู่แข่งและปัจจัยต่าง ๆ ในสภาวะแวดล้อม กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กลวิธีหรือวิธีการที่บริษัทเลือกขึ้นมา เพื่อช่วยสร้างความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทตั้งขึ้น กลยุทธ์เป็นเครื่องมือในการรณรงค์กับคู่ต่อสู้ท่ามกลางบรรยากาศแห่งการต่อสู้แข่งขัน หรือช่วงชิงกัน กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) หมายถึง ขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของตลาด และบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) หมายถึง หลักเกณฑ์ที่งานบริหารการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การตัดสินใจในค่าใช้จ่ายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) หมายถึง การใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือตลาดเป้าหมาย เป็นวิธีการพื้นฐานที่สร้างให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย การตัดสินใจ การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด และการกำหนดระดับค่าใช้จ่ายการตลาด องค์ประกอบของกลยุทธ์

2. ทฤษฎีของวอล์คเกอร์

กลยุทธ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาอย่างดีจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 อย่าง ที่ได้รับการกำหนดไว้ที่ชัดเจนดังนี้คือ (ตามทฤษฎีของวอล์คเกอร์)

1. ขอบเขตการครอบคลุมของกลยุทธ์ หมายถึงขอบเขต หรือความกว้างที่การปฏิบัติการกลยุทธ์เข้าไปเกี่ยวข้อง
2. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ควรจะกำหนดระดับความสำเร็จของการดำเนินงานที่ต้องการจะให้บรรลุถึงด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลาย ๆ ด้าน เช่นการเติบโตของยอดขาย กำไรที่เพิ่มขึ้น หรือผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นต้น
3. การจัดสรรทรัพยากร ซึ่งจะต้องจัดทำกลยุทธ์และการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งทรัพยากรบุคคล เงิน ว่าจะจัดสรรอย่างไร

4. การระบุการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน บริษัทจะทำการแข่งขันอย่างไร
5. พลังเสริมแรง จะเกิดขึ้นเมื่อหน่วยธุรกิจของบริษัทตลาดของผลิตภัณฑ์ การจัดสรรทรัพยากร และขีดความสามารถของบริษัท ต่างส่งเสริมสนับสนุนและเสริมแรงกันและกันเป็นหนึ่ง โครงร่างของกลยุทธ์การตลาด

3. ทฤษฎีของรัสเซลล์ เอส. ไวนเนอร์

รัสเซลล์ เอส. ไวนเนอร์ ศาสตราจารย์ทางด้านกลยุทธ์การตลาด แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ได้กำหนดโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจ ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้คือ

1. วัตถุประสงค์ที่ต้องการให้บรรลุ
2. การเลือกกลยุทธ์ที่จะนำไปใช้
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. กลุ่มคู่แข่งเป้าหมาย
5. ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์
6. กลยุทธ์หลัก
7. ส่วนประสมการตลาดที่สนับสนุน

4. แนวคิดของคราเวนส์ แลมป์ และคริตเต็นเด็น

คราเวนส์ แลมป์ และคริตเต็นเด็น ได้กล่าวถึง กระบวนการกลยุทธ์การตลาด การดำเนินงาน โดยแบ่งกลยุทธ์การตลาดออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

- วิเคราะห์ตลาดและการแข่งขัน
- ตลาดผลิตภัณฑ์
- การประเมินกลยุทธ์
- การแบ่งส่วนตลาด

ขั้นที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์การตลาด

- การกำหนดตลาดเป้าหมาย
- กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ขั้นที่ 3 การพัฒนาโปรแกรมการตลาด

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
- กลยุทธ์ราคา
- กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 4 การปฏิบัติและการบริหารกลยุทธ์การตลาด

- การออกแบบองค์การการตลาด
- การปฏิบัติการและการประเมินผลกลยุทธ์การตลาด

5. แนวคิดของเบอร์โควิทซ์

เบอร์โควิทซ์และคณะ แบ่งกลยุทธ์การตลาดออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

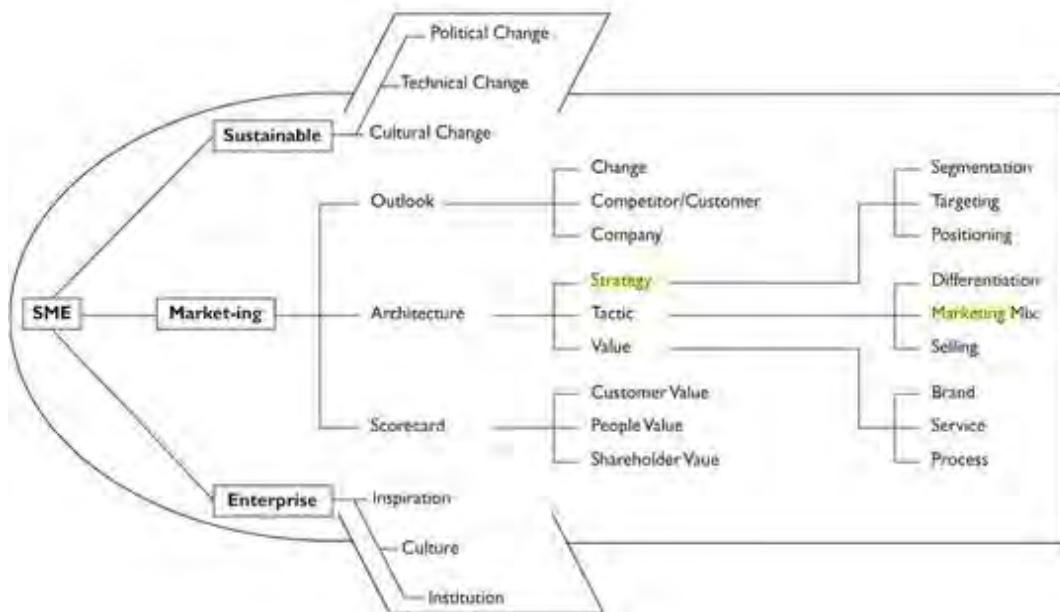
ขั้นที่ 1 การวางแผน การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) การมุ่งเน้นตลาดผลิตภัณฑ์และการกำหนดเป้าหมาย การจัดโปรแกรมการตลาด

ขั้นที่ 2 การปฏิบัติตามแผน

ขั้นที่ 3 การควบคุม การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับแผนเพื่อระบุความเบี่ยงเบน แก้ไขความเบี่ยงเบน

6. ทฤษฎี เฮอร์มาวาน คาทาจาย่า

เฮอร์มาวาน คาทาจาย่า ฟิลลิป คอสเลอร์ ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การตลาดในระดับ SME (SME Marketing Strategies) โดยแนวคิดของเฮอร์มาวาน คาทาจาย่า (Hermawan Kartajaya) แสดงดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงแนวคิดกลยุทธ์การตลาดแบบแผนภูมิ SME Rocket Diagram

จากแนวคิดการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่ได้ทำการวิเคราะห์ตลาดกลุ่มผู้ประกอบการ SME ได้แบ่งการวิเคราะห์ 3 ส่วนคือ ความยั่งยืน (Sustainable) การทำการตลาด (Marketing) และ กลุ่มธุรกิจ (Enterprise) โดยองค์ประกอบด้านต่างๆ มีดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความยั่งยืน (Sustainable) หมายถึง การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง 3 ด้านคือ การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง (Political change) การเปลี่ยนแปลงทางเทคนิค (Technical change) การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Cultural change)
 2. องค์ประกอบด้านการทำการตลาด (Marketing) หมายถึง การวิเคราะห์ด้านมุมมอง 3 ด้านคือ การเปลี่ยนแปลงภาพรวม คู่แข่ง ลูกค้าและ บริษัท การวิเคราะห์โครงสร้าง ด้าน 3 ด้านคือ กลยุทธ์ ชั้นเชิงและคุณค่า และการวิเคราะห์คะแนนนิยม 3 ด้านคือ คุณค่าลูกค้า คุณค่าคนและคุณค่าผู้มีส่วนร่วม
 3. องค์ประกอบด้านกลุ่มธุรกิจ (Enterprise) หมายถึง การวิเคราะห์แรงดลใจ การวิเคราะห์วัฒนธรรม และการวิเคราะห์สถาบัน
เมื่อนำมาประมวลภาพการทำการตลาด โครงสร้างด้านการสร้างกลยุทธ์การตลาด หมายถึง การเจาะจงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การประมวลภาพการทำการตลาด โครงสร้างด้านชั้นเชิง กุสโลบาย หมายถึง การสร้างความแตกต่าง ส่วนประสมการตลาด และการขาย การประมวลภาพการทำการตลาด โครงสร้างด้านคะแนนนิยม หมายถึง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการ
- จากการนำองค์ประกอบทั้งหมดของแผนภูมิ SME Rocket Diagram จะได้การนำสู่กลยุทธ์ที่ชัดเจน 9 ด้านคือ
1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 2. กลุ่มตลาดเป้าหมาย
 3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
 4. การสร้างความแตกต่าง
 5. ส่วนประสมการตลาด
 6. การขาย
 7. การสร้างตราผลิตภัณฑ์
 8. บริการ
 9. กระบวนการ
- ซึ่งในที่นี้ควรจะได้จากการวิเคราะห์และผลจากการวิจัยขึ้นนำการวางกลยุทธ์ เครื่องสำอางสมุนไพรไทยกลุ่ม SME สำหรับผู้สูงวัย
7. แนวคิดการขยายโอกาสทางการตลาด
การขยายโอกาสทางการตลาด หมายถึง การเข้าถึงผู้บริโภค หรือการขยายฐานลูกค้าใน 4 ด้านคือ การเจาะตลาด การเข้าสู่ตลาดใหม่ การเข้าสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่และการรุกเข้าสู่ธุรกิจใหม่

นอกเหนือจากนี้ยังสามารถทำการจัดวางกลยุทธ์การตลาด ตามขั้นตอนด้านล่าง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการลำดับขั้นตอนการจัดทำกลยุทธ์ ดังนี้

- การขยายโอกาสทางการตลาด (Market Opportunities)
- วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal)
- กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)
- ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ในการเลือกส่วนผสมทางการตลาดนั้น จะต้องนำเอาแนวคิดในการตั้งวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนำมาจัดทำส่วนผสมทางการตลาด ซึ่ง ในโลกธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน การนำธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์การตลาดเป็นหลัก นิยามของกลยุทธ์มีมากมายแต่สรุปสาระสำคัญแล้วจะประกอบด้วยเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะให้บรรลุ และแนวทางหรือวิถีทางในการปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้นั้น โดยทำให้ได้รับความได้เปรียบหรือความเป็นต่อทางการแข่งขันที่ยั่งยืน องค์ประกอบของกลยุทธ์ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 อย่าง คือ (1) ขอบเขตการครอบคลุมของกลยุทธ์ (2) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ (3) การจัดสรรทรัพยากร (4) การระบุการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (5) พลังเสริมแรง ส่วนโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย 7 อย่างคือ (1) วัตถุประสงค์ที่ต้องการให้บรรลุ (2) การเลือกกลยุทธ์ที่จะนำไปใช้ (3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (4) กลุ่มคู่แข่งเป้าหมาย (5) ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ (6) กลยุทธ์หลัก (7) ส่วนผสมการตลาดที่สนับสนุน สู่กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ตามแนวคิดของคราเวนส์และคณะ ประกอบด้วยการดำเนินงาน 4 ขั้นตอนคือ การวิเคราะห์สถานการณ์ของตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาโปรแกรมการตลาด และการปฏิบัติตามกลยุทธ์และการบริหารจัดการ ส่วนเบอร์โควิทซ์ และคณะ ได้แบ่งกระบวนการกลยุทธ์ออกเป็น 3 ขั้นตอน คือขั้นวางแผน ขั้นปฏิบัติตามแผน และขั้นควบคุม ลำดับขั้นของกลยุทธ์แบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับบริษัท ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ ด้านวิวัฒนาการทางการตลาดและแนวคิดทางการตลาด วิวัฒนาการทางการตลาด แบ่งออกเป็นยุคต่างๆ ดังนี้ คือ

- ยุคการผลิต (Production Era) มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการผลิตโดยผู้ผลิตจะทำการผลิตสินค้า โดยไม่สนใจผู้บริโภค ไม่มองว่าผู้บริโภคจะต้องการสินค้านั้นหรือไม่ ยุคนี้มักการตลาดประสบความสำเร็จเพราะไม่มีคู่แข่งผลิตสินค้าได้ในราคาถูก จำนวนมาก

- ยุคสินค้า (Product Era) จะเน้นในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นหลักโดยจะหันมาพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในการขาย

- ยุคการขาย (Sales Era) มุ่งเน้นวิธีการขาย ซึ่งจะดำเนินการให้ขายสินค้าที่มีอยู่ให้หมดไป คือ จะให้ความสำคัญกับวิธีการขายหรือผู้ขาย พนักงานขายโดยเชื่อว่าการขายสินค้าได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับพนักงานขายหรือที่เรียกว่า Selling concept

- ยุคการตลาด (Marketing Era) มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคแล้วจึงทำการผลิตให้ตรงกับความต้องการในยุคนี้จะมุ่งเน้นความพึงพอใจในทุกด้าน

- ยุคโลกไร้พรมแดน (Global Era) ได้แก่การตลาดที่เน้นในเรื่องอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารแบบไร้พรมแดน มีการสื่อสารข้อมูลอย่างรวดเร็ว

แนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ยังสามารถแบ่งได้เป็น

1. ยุคสมัยเก่า - ผู้ขายเป็นใหญ่ (Product Oriented) เป็นยุคที่ไม่สนใจผู้ซื้อ ผู้ผลิตอยากจะผลิตอะไรหรือจะทำอะไรก็ตัดสินใจทำ ไม่มีการศึกษาถึงความต้องการของผู้ซื้อ ก่อน ในยุคนี้นักขายจะนึกอยู่เสมอว่าทำอย่างไรให้ขายได้จึงมีการหลอกล่อเพื่อให้ขายสินค้าได้ โดยยึดหลักมีสินค้าอะไรต้องกำจัดออกไปให้หมด (Hit and Run) แต่ถ้าเกิดบังเอิญผลิตสินค้าออกมาแล้วตรงกับความต้องการของผู้ซื้อสินค้าก็จะขายได้ แต่อันตรายมาก เพราะผู้ผลิตจะคิดว่าทำถูกต้องตามความต้องการของผู้ซื้อแล้ว

2. ยุคสมัยใหม่ - ผู้บริโภคเป็นใหญ่ (Consumer Oriented) ในยุคนี้จะให้ความสำคัญกับผู้ซื้อทำอะไรต้องมีข้อมูลของผู้ซื้อ มีการสำรวจตลาดก่อน ทดสอบสิ่งที่จะทำเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ โดยมีเครื่องมือช่วยคือการวิจัยตลาดและจบลงที่ผู้ซื้อพอใจ (Consumer Satisfaction)

การตั้งวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Goal) จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กรว่าจะตั้งแบบใด โดยในตลาดยุคเก่าจะเน้นการสร้าง ความพึงพอใจ (Consumer Satisfaction) และในตลาดยุคใหม่ : สร้างความรักและศรัทธา (Consumer Appreciation) การทำให้ลูกค้าเพียงแคพอใจไม่พอต้องทำให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังถึงจะชนะคู่แข่ง ต้องสร้างความประทับใจด้วย ทำให้ลูกค้าไม่มีความรู้สึกว่าจะเสี่ยงที่จะทดลองของใหม่ การทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจคือการให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง การตั้งวัตถุประสงค์ทางการตลาดยังขึ้นกับการแบ่งส่วนตลาดอันหมายถึงกลุ่มลูกค้าที่บริษัทผู้ขายจะขายสินค้าให้ ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคมีมากมายหลายกลุ่มและมีการแบ่งส่วนตลาดแตกต่างกันออกไป การจัดกลุ่มลูกค้า (Marketing Segmentation) มีวิธีการแบ่งกลุ่มได้หลายแบบ เช่น

- การแบ่งส่วนตามลักษณะประชากร (Demographic)
- การแบ่งตามลักษณะจิตวิทยา (Psychographic)
- การแบ่งตามพฤติกรรมการซื้อ (Response Behavioral)

การเลือกว่าจะทำการตลาดกับกลุ่มไหนเรียกว่า "กลุ่มเป้าหมาย" (Targeting) เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด อาจมีหลายวิธีการเช่น

- สภาพทางภูมิศาสตร์ - ขายให้ใคร ลูกค้าอยู่ที่ไหน อยู่ในเมืองหรือในชนบท
- ประชากรศาสตร์ - ดูข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค เช่นจะขายให้ลูกค้าผู้หญิง หรือผู้ชาย ทั้งหญิงทั้งชาย เพศ อายุ รายได้ (รายได้จะสามารถบอกอำนาจในการซื้อ ซึ่งสำคัญมาก) การศึกษา

- พฤติกรรม - สถานะของผู้ซื้อ (User Status) เช่นชาย ช.ม. อินเทอร์เน็ตให้กับวัยรุ่นที่ยังไม่เคยเริ่มเล่น

- จิตวิทยา (Psychology) พฤติกรรมกับจิตวิทยาเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดกลุ่มของลูกค้า อะไรเป็นตัวจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า ซึ่งแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน

การเลือกจะทำ ลักษณะของแนวความคิด ลักษณะสำคัญ วิธีการ ความมุ่งมั่น เป้าหมาย มุ่งเน้น การผลิตบริษัทมุ่งขายผลิตภัณฑ์ที่ตนผลิตได้/ผู้บริโภคให้ความสนใจใน ผลิตภัณฑ์ มุ่งที่จะปรับปรุงการผลิตและต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการ ลดต้นทุน ผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูก และซื้อได้ง่าย มุ่งเน้น ผลิตภัณฑ์ เน้นความสำคัญของ ผู้ขายและผลิตภัณฑ์ มีการปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ กำไรจากการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีรูปแบบมาจากการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

มุ่งเน้น การขาย ใช้ความพยายามในการกระตุ้นการขายและใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาช่วยในการขาย เน้นวิธีการขายและนำวิธีการส่งเสริมการขายต่างๆ มาใช้ กำไรจากปริมาณของการขาย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการขาย การตลาด เน้นความต้องการและตอบสนองความพอใจของผู้ซื้อ ความพยายามทางการตลาดโดยนำส่วนผสมทางการตลาดเข้ามาใช้ร่วมกัน ค้นหาความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี มุ่งเน้นสังคม มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ควบคู่ไปกับการความต้องการและความพอใจของผู้ซื้อ ประสานงานกับส่วนต่าง ๆ ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกัน และ ปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาด สร้างกำไรจากความต้องการและความต้องการของผู้ซื้อและดูแลผลกระทบอันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดยไม่เป็นอันตรายต่อผู้ซื้อและสังคม

แนวโน้มการค้าเน้นธุรกิจสมัยใหม่

ในยุคปัจจุบันมนุษย์มีการบริโภคมากขึ้น สิ่งที่นักธุรกิจทุกองค์การจะต้องเผชิญคือการแข่งขันที่มีมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค วิธีปฏิบัติทางการตลาด และ ไอที ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไป การขายสินค้า การสร้างความสะดวกสบาย ความพอใจ และการให้คุณค่าสูงสุดแก่ลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน รูปแบบของธุรกิจแบบเก่า ๆ จะค่อย ๆ หมดไป ทั้งนี้จะเป็นแนวโน้มแสดงให้เห็นถึงลักษณะของธุรกิจดังนี้

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้น วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สั้นขึ้นกว่าเดิม มีการแข่งขันการผลิตสินค้าที่แปลกใหม่ออกสู่ตลาด ถึงแม้ว่าจะได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยลง ต้นทุนการผลิตสูงและได้รับกำไรน้อยลงก็ตาม ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวในที่สุด

2. การพัฒนาเพื่อการประหยัดทรัพยากร ในยุคปัจจุบันทรัพยากรมีการขาดแคลน เนื่องจากมีความต้องการบริโภคมากขึ้น ธุรกิจต้องคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ทดแทนทรัพยากร

คิดค้นพลังงานใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิต จะเห็นได้จากมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นการประหยัดพลังงานออกมาจำหน่าย เช่น ตู้เย็นเบอร์ 5 หลอดประหยัดไฟ เป็นต้น

3. การให้ความสนใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ธุรกิจพยายามให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม มีการผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ เพื่อลดปัญหามลภาวะเป็นพิษ เช่น น้ำมันไร้สารตะกั่ว ปุ๋ยที่ผลิตจากเศษพืชผักที่ไม่ทำให้เกิดสารตกค้างกับพืชผักที่นำมาบริโภค เป็นต้น

4. การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ธุรกิจมุ่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีเพื่อการแข่งขันและเพื่อให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า โดยมีการควบคุมคุณภาพ มีมาตรฐานในการผลิต สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา

5. การใช้ประโยชน์จากข้อมูลโดยการเร่งการผลิตและการตลาด ความถูกต้องแม่นยำของข่าวสารที่ได้รับทำให้ธุรกิจสามารถทำให้แข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นๆ ได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ด้านการผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและนำออกสู่ตลาดได้รวดเร็วจะทำให้ธุรกิจล้ำหน้ากว่าคู่แข่ง

6. ธุรกิจขยายตัวตามแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยการหาพันธมิตรทางการค้า เพื่อขยายกิจการผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น หลาย ๆ สาขา เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน เป็นการช่วยกันเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน วิธีที่นิยมใช้กัน คือ ธุรกิจระบบแฟรนไชส์

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมวรรณ สถาพร ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและพัฒนาธุรกิจ มายด์แชร์ ประเทศไทย
เอเยนซีเครือข่ายด้านการตลาดและการสื่อสาร ที่เกาะเทรนด์ผู้บริโภคทั่วโลก บอกงานหนักของการทำตลาดกับกลุ่ม สูงวัยไฮโซ เริ่มที่พฤติกรรมการใช้เงิน เพื่อสินค้าหรือบริการ กลุ่มนี้ มีเงิน แต่เน้นคุณภาพ ซึ่งคำว่าคุณภาพ ไม่ได้หมายความว่าจะปฏิเสธของถูกหรือซื้อแต่แบรนด์เนมเท่านั้น ทว่าต้องเป็นสิ่งที่เขารู้สึกว่า “คุ้มค่าเงิน” (Value for money) และใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ในการตัดสินใจซื้อ สื่อ ที่เข้าถึงยังให้ความสำคัญกับการอ่าน โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ได้ทำงานและมีเวลาว่างมากขึ้น ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ แต่ที่มองข้ามไม่ได้เลย คือ อินเทอร์เน็ต แม้ไม่ได้ใช้งานหนักหน่วงเหมือนช่วงวัยอื่น แต่คนกลุ่มนี้ก็เข้าไปใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลอยู่บ่อยครั้ง

สุพรรณิ วาทยะกร อาจารย์ด้านการตลาด และผู้ประกอบการที่เลือกเจาะตลาด Baby Boomer ร่วมแบ่งปันพฤติกรรม ความคิด และไลฟ์สไตล์ ของกลุ่มสูงวัยไฮโซ หนึ่งตลาดที่เธอยกให้ “สุดหิน” ในยุคนี้ “ที่ต่างจากคนรวยในช่วงวัยอื่น คือ พฤติกรรมการซื้อที่ฉลาดขึ้น เลือกเป็น มีเงิน แต่ใช้แบบคุ้มค่า เลือกสินค้ามีแบรนด์ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงคิดว่าการซื้อของดีที่ไม่แพง เป็นการซื้อที่ฉลาด”

ดลชัย บุญยะรัตเวช ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท Brands cape จำกัด แบ่งตลาดสูงวัยกระเป่าหนัก ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ซึ่งเขาบอกว่า นักการตลาดต้องเข้าใจจิตวิทยาของคนกลุ่มนี้

1. พวกที่ผ่านร้อนผ่านหนาวมามาก ทำงานหนัก อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์และความคาดหวัง ทำเพื่อคนอื่นมาเยอะ คนกลุ่มนี้นับหลายชีวิตจึงอยากให้รางวัลกับตัวเอง ทำอะไรตามใจตัวเอง เช่น อยากไปเที่ยวก็ไป อยากไปสปา อยากทำงานอดิเรกที่รักที่ชอบ ทำเต็มที่ไม่ต้องปรึกษาใคร
2. พวกที่อยู่ในวัยรู้ตัวแล้วว่าชอบอะไร ดังนั้นสิ่งใดที่เป็นตัวตนของตัวเอง กลุ่มนี้จะไม่ฝืนในสิ่งที่ไม่อยากทำ หรือไม่ชอบอีกต่อไป เช่น บางคนอาจแค่อยากอยู่บ้าน ซ่อมแซมบ้าน ไม่ต้องดิ้นรน ไม่ต้องชวนขวยหาโลกกว้าง เพราะรู้หมดแล้ว รู้จักตัวเองแล้ว
3. Back to basic สูงสุดคืนสู่สามัญ คนกลุ่มนี้มองว่าแค่ปัจจัย 4 พอแล้ว เริ่มอยู่กับสิ่งที่จำเป็นเท่านั้น จะตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นกับชีวิตทิ้งไป เช่น พวกเครื่องเพชร ความหรูหรา รถหรู ของแต่งบ้านราคาแพง ที่เคยให้ความสำคัญ ก็กลับสู่สามัญ ขอแค่ปัจจัย 4 กลุ่มนี้จะเริ่มแสวงหารัศมี และสนใจศึกษารัศมีมากขึ้น

ขณะที่นักศึกษากิจการตลาดวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล แบ่ง "ไลฟ์สไตล์" ของ Baby Boomer ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- Best เป็น Baby Boom ตอนต้น ที่ชอบความล้ำสมัย ก้าวทันเทคโนโลยี ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ พบปะปฏิสัมพันธ์กับผู้คนค่อนข้างมาก ดูแลภาพลักษณ์ทั้งภายนอกและภายใน เลือกใช้สินค้าคุณภาพดี ที่เสริมบุคลิก ทานอาหารเสริม ไปสถานออกกำลังกาย นิยมท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเพื่อจ่ายใช้สอย ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการโดยพิจารณาคุณภาพและคุณประโยชน์ มีการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากทาง website อ่านนิตยสารประเภทธุรกิจหรือสารคดี

Bright กลุ่ม Baby Boom ตอนกลาง ดูแลสุขภาพทั้งกายและใจ โดยวิถีธรรมชาติ เช่น การปฏิบัติธรรมตามสถานปฏิบัติธรรม ออกกำลังกายตามแหล่งธรรมชาติ นิยมอาหารชีววิถี ทานวิตามินหรืออาหารเสริม กิจกรรมยามว่าง คือ ดูทีวี อ่านนิตยสาร หรือพบปะเพื่อนสนิทกลุ่มเล็กๆ อยู่เสมอ ซื้อสินค้าและบริการโดยให้ความสำคัญเรื่องความคุ้มค่า รับผิดชอบต่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือ website ชอบการสื่อสารแบบ Personal Selling โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้ความรู้

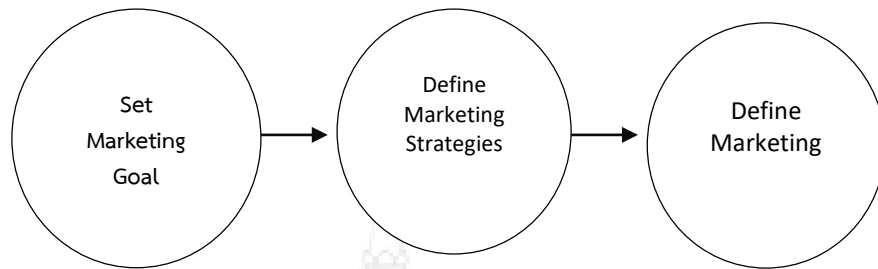
- Basic หรือกลุ่ม Baby Boom ตอนปลาย ส่วนใหญ่จะเกษียณแล้ว กิจกรรมหลักคือดูทีวี อ่านนิตยสาร ให้ความสำคัญกับสินค้าที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มองเห็นง่าย เช่น โทรศัพท์มือถือที่มีปุ่มกดขนาดใหญ่หน้าจอกว้างเพื่อให้เห็นตัวเลขได้ชัดเจนขึ้น สินค้าและบริการที่ถูกใจคนกลุ่มนี้คือ สินค้าขายตรง ชอบซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านด้วยตนเองและราคาสมเหตุสมผล เพราะคนกลุ่มนี้จะค่อนข้างมัธยัสถ์

สรุป อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ หากสร้างเอกลักษณ์ นำสมุนไพรรท้องถิ่นมาผนวกกับเทคโนโลยี

จะเกิดสินค้าใหม่ๆ ที่สร้างโอกาสทางการตลาดมากขึ้น ปัจจุบันมี SMEs ไทยผลิตเครื่องสำอาง
 ธรรมชาติและสมุนไพรกว่า 300 ราย มีมูลค่าการส่งออกกว่าหมื่นล้านบาท โดยตลาดส่งออกสำคัญ
 คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์

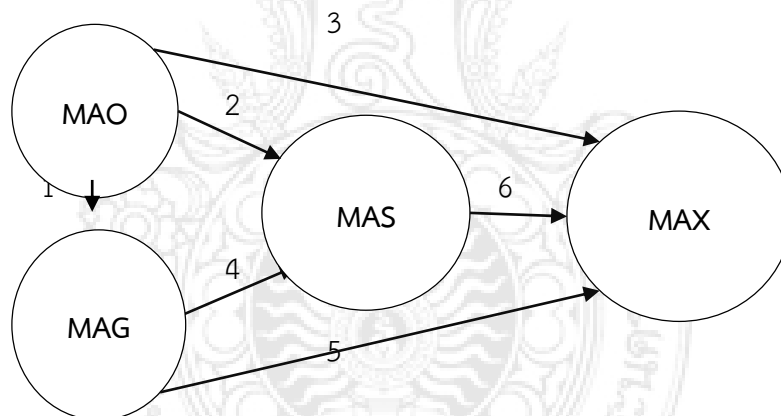
9. กรอบแนวคิด ทฤษฎีการวิจัย

8.1.1 กรอบทฤษฎีการวิจัย



ภาพที่ 2.2 แสดงแนวคิด โครงการศึกษา เรื่องกลยุทธ์การตลาดสินค้า SME
 กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย

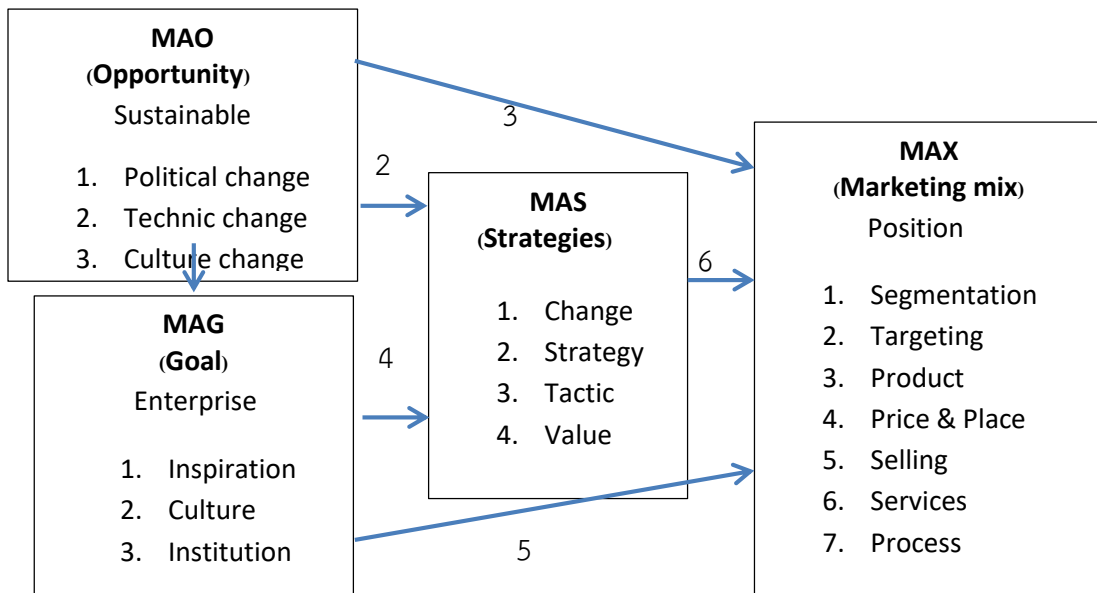
8.1.2 กรอบแนวคิดการขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME เครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพกลุ่มผู้สูงอายุไทย



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME
 กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงวัยไทย

- เมื่อ
- MAO แสดงถึง Market Opportunity
 - MAG แสดงถึง Marketing Goal
 - MAS แสดงถึง Marketing Strategies
 - MAX แสดงถึง Marketing Mix

เมื่อนำแนวคิดส่วนประกอบทฤษฎีของ Kartajaya หรือ SME Rocket Diagram มาประมวลตัวแปรในการทดสอบ Rethink ของโครงการ 1 ตามแผนงานวิจัยและสามารถนำมาประมวลรวมกับโครงการที่ 2 สามารถรวบรวมตัวแปร โดยวิเคราะห์ในความสัมพันธ์ Path Analysis ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัยโครงการที่ 2 เรื่อง “การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย”

MAO หมายถึง การขยายโอกาสทางการตลาด (Marketing opportunity) อันหมายถึงการสร้างความยั่งยืน (Sustainable) ให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ SME โดยอาศัยการสนับสนุนที่มาจาก การเปลี่ยนแปลง 3 ส่วน คือ

1. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง (Political change) ได้แก่ การที่รัฐบาลเข้ามามีบทบาทในคุณภาพสมุนไพร
2. การเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค (Technic change) ได้แก่ การใช้สรรพคุณสมุนไพรไทยในการบำบัดโรคต่างๆ
3. การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม (Culture change) ได้แก่ การที่ความต้องการมีเปลี่ยนแปลงไป หรือ ความต้องการ การพัฒนาสมุนไพรไทย

MAG หมายถึง วัตถุประสงค์กิจการ (Marketing goal) คือ การสร้างแรงดลใจ (inspiration) ในกลุ่มผู้ซื้อสินค้า SME การให้ความสำคัญด้านวัฒนธรรม (Culture) และวัตถุประสงค์ของสถาบัน

(institution) SME ที่เหมาะสม ในที่นี้หมายถึง การที่กิจการ (Enterprise) ประกอบกิจการที่ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. แรงดลใจ (Inspiration) หมายถึง การเชื่อมั่นในสมุนไพรไทย
2. วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง การต้องการรักษา และการเห็นความสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งภูมิปัญญาไทย
3. สถาบัน (Institution) หมายถึง ความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้ใช้สมุนไพรเอง หรือ กิจการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูล

MAS หมายถึง กลยุทธ์การตลาด (Market strategies) หมายถึง การจัดทำกลยุทธ์การตลาด (Strategy) ในที่นี้จะหมายรวมถึง 4 ส่วน คือ

1. สภาพเปลี่ยนแปลงโดยรอบตั้งแต่ ลูกค้า คู่แข่ง องค์กร (Customer/ Competition/ Company change) ได้แก่ ความต้องการการรักษาทั้งยาไทย และความต้องการสูตรยาขนานใหม่ และการยอมรับยาที่ไม่ใช่ยาแผนตะวันตก
2. การเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์องค์กร (Strategy) หมายถึง การเลือกสมุนไพรไทย เพราะการเห็นผล
3. การเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ชั้นเชิง (Tactic) หมายถึง การตระหนักในสรรพคุณ การต้องการยาแผนไทยรักษาในสถานพยาบาล
4. การเปลี่ยนแปลง การสร้างคุณค่า (Value) หมายถึง การตระหนักในคุณค่าตั้งแต่ การแก้ปัญหาผิวพรรณ ความเชื่อในยาแผนไทย

MAX หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และการจัดทำกรวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) ในสินค้ากลุ่ม SME ประกอบด้วย 9 ส่วน

1. กลุ่มลูกค้า (Segmentation)
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting)
3. ผลิตภัณฑ์ (Product)
4. ราคา (Price)
5. การจัดจำหน่าย (Place)
6. การขาย (Selling)
7. บริการ (Services)
8. กระบวนการ (Process)
9. ความสัมพันธ์ (Relationship)

การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อผู้สูงอายุที่มีอิทธิพลต่อ วัตถุประสงค์องค์กร และ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME ผู้สูงอายุไทยเพื่อสุขภาพ

การศึกษาความสัมพันธ์ของ วัตถุประสงค์การตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย ที่มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME ผู้สูงอายุไทยเพื่อสุขภาพ และส่วนประสมการตลาด

การศึกษาความสัมพันธ์ของ กลยุทธ์การตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME ผู้สูงอายุไทยเพื่อสุขภาพ ที่มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุไทย

10. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 (MAO → MAG) การขยายโอกาสทางการตลาด มีอิทธิพลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 (MAO → MAS) การขยายโอกาสทางการตลาด มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 (MAO → MAX) การขยายโอกาสทางการตลาด มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 (MAG → MAS) วัตถุประสงค์กิจการ มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 (MAG → MAX) วัตถุประสงค์กิจการ มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมการตลาด

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 (MAS → MAX) กลยุทธ์การตลาด มีอิทธิพลต่อ ส่วนประสมการตลาด

ซึ่งจะต้องนำมาหาความสัมพันธ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ตัวแปร อิสระและตัวแปรตามในลักษณะความสัมพันธ์ต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย” ในครั้งนี้มุ่งศึกษา โอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดเพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาด และตัวแปรที่ใช้จะส่งผลต่อกันหรือไม่ การวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ในลักษณะที่ต้องการศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่สัมพันธ์กันเชิงเหตุผล (causal relationship) ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป คือ โอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด และเพื่อดูทิศทางความสัมพันธ์ว่าเป็นไปในทิศทางใด และมีระดับของความสัมพันธ์เป็นอย่างไร ระเบียบวิธีวิจัยรวมทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือการวิจัย
3. การทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรปรากฏการณ์เชิงประจักษ์และพฤติกรรมต่าง ๆ ในลักษณะเชิงสหสัมพันธ์ (correlation studies) ที่มีตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป สำหรับประชากรวิจัยที่จะทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะสุ่มจากชุมชนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและนอกเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นผู้สูงอายุผู้เข้าใจปัญหาด้านสุขภาพ และมีการดูแลสุขภาพดีเลิศ ผู้ดูแลสุขภาพดี ผู้ดูแลสุขภาพปานกลาง ผู้ดูแลสุขภาพน้อย จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 10,014,705 คน (สถิติปี พ.ศ. 2557) โดยใช้ข้อมูลผู้สูงอายุในที่นี่ใช้ข้อมูลร้อยละเปรียบเทียบแสดงตาราง โดยนำระเบียบวิธีวิจัยในเรื่องของการสุ่มตัวอย่าง และกำหนดขนาดตัวอย่างมาใช้ในการเลือกจำนวนตัวอย่าง และข้อมูลที่เหมาะสม (กลุ่มสถิติประชากร สำนักสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อการขยายโอกาสทางการตลาด ตามแนวคิดกรอบงานวิจัย

ตารางที่ 3.1 สัดส่วนจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ

กลุ่ม	สัดส่วนร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ชุดที่ 1	50	200
ชุดที่ 2	25	100
ชุดที่ 3	25	100
รวม	100	400

กลุ่มตัวอย่างประชากร ชุดที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีความรู้ด้านสุขภาพดี
 กลุ่มตัวอย่างประชากร ชุดที่ 2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีความรู้ด้านสุขภาพปานกลาง
 กลุ่มตัวอย่างประชากร ชุดที่ 3 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีความรู้ด้านสุขภาพน้อย

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยให้มีความคลาดเคลื่อนทางสถิติเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อสัดส่วนของประชากรเป็น 0.05 โดยอาศัยตารางคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) ดังนั้น เมื่อคิดจากจำนวนประชากรทั้งหมด 10,014,705 คน ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากสูตรการคำนวณ คน

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{10,014,705}{1 + 10,014,705 \times 0.05^2} = 400$$

ในเมื่อ N = จำนวนประชากรทั้งหมด
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 e = ความคลาดเคลื่อน 0.05

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย โดยศึกษาการขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าภูมิปัญญาไทยกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย SME เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุ วัตถุประสงค์ทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์การตลาดสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดนี้ ผู้วิจัยแบ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีความรู้ด้านสุขภาพดี ผู้สูงอายุที่มีความรู้ด้านสุขภาพปานกลาง และผู้สูงอายุที่มีความรู้ด้านสุขภาพน้อย โดยผู้วิจัยให้ความหมายของประชากรกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ทั้งนี้ จะเห็นได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่าง อันมาจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสินค้า ภูมิปัญญาไทยพิจารณาจากอัตราการเป็นภาระ (แสดงดังตารางที่ 2.7) สัดส่วนเปรียบเทียบอัตราร้อยละของผู้สูงอายุแสดงการเป็นภาระ เปรียบเทียบโดยรวม ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล ตลอดจนอัตราการเป็นภาระตามภาคต่างๆ แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในภาคใต้มีส่วนการเป็นภาระสูงสุด รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือและภาคกลางตามลำดับ ส่วนกรุงเทพมหานครนั้นมีสัดส่วนการเป็นภาระน้อยที่สุด และนอกเขตเทศบาลมีสัดส่วนการเป็นภาระมากกว่าในเขตเทศบาล (วิพรรณ ประจวบเหมาะ, 2542) และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค วิถีชีวิตและระดับรายได้ พฤติกรรมทางสังคม

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มชุมชนพื้นที่วัดเขมา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เมื่อเดือน สิงหาคม 2559 พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคในต่างจังหวัดให้ความสนใจด้านการรักษาผิวพรรณเพื่อความงามน้อยกว่าในกรุงเทพมหานคร โดยทั่วไปคนจะให้ความสนใจด้านสุขภาพที่เป็นความเจ็บป่วยที่แสดงออกทางกายภาพชัดเจน การดูแลสุขภาพผิวพรรณ มักจะทำเมื่อได้รับผลกระทบโดยตรงและแสดงออกชัดเจน เช่น โรคเบาหวาน ที่มีผลต่อการแพ้ คันและจุดบริเวณผิวหนัง แต่ผลจากการสัมภาษณ์จำนวน 50 ราย พบจำนวนน้อยมาก สำหรับกลุ่มคนที่ดูแลผิวพรรณด้วยการประคบผิวและให้เวลากับการดูแลผิวพรรณ หรือการใช้เครื่องสำอางเพื่อบำรุงผิวพรรณเป็นพิเศษ และมลภาวะในต่างจังหวัดมีน้อยกว่าในเขตกรุงเทพมหานคร อันเนื่องมาจากสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิอากาศ อาชีพ มลภาวะที่มีผลต่อการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ซึ่งในคนต่างจังหวัดจะให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมาก แต่ในกรณีการเจ็บป่วยที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพ และการดำรงตน แม้ในผู้สูงวัยของคนกรุงเทพมหานครก็ยังคงให้ความสนใจ และศึกษาสมุนไพรเพื่อการดูแลผิวพรรณ

เมื่อพิจารณาจากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย : รายงานสถิติจำนวนประชากร เพื่อทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างและคำนวณหาสัดส่วนการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ออกเป็น 4 กลุ่มเขตตามเกณฑ์แบ่งสำนัคนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร

1. เขต ชั้นใน กรุงเทพมหานคร

ลำดับ	เขต	จำนวน
1	เขตพระนคร	58,771
2	เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	52,093
3	เขตปทุมวัน	54,996
4	เขตสัมพันธวงศ์	28,001
5	เขตบางรัก	46,087
6	เขตยานนาวา	82,481
7	เขตสาทร	86,214
8	เขตบางคอแหลม	96,422
9	เขตดุสิต	108,815

10	เขตบางซื่อ	135,001
11	เขตพญาไท	73,533
12	เขตราษฎร์เทพวิ	72,900
13	เขตห้วยขวาง	77,720
14	เขตดินแดง	131,847

2. เขต ชั้นนอก ฝั่งกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	เขต	จำนวน
15	เขตพระโขนง	94,481
16	เขตบางนา	97,039
17	เขตคลองเตย	110,481
18	เขตวัฒนา	80,847
19	เขตประเวศ	158,457
20	เขตสวนหลวง	115,419
21	เขตบางเขน	188,252
22	เขตสายไหม	185,987
23	เขตดอนเมือง	166,210
24	เขตหลักสี่	111,120
25	เขตจตุจักร	161,409
26	เขตบางกะปิ	148,645
27	เขตวังทองหลาง	115,083
28	เขตลาดพร้าว	122,180
29	เขตบึงกุ่ม	146,197
30	เขตคันนายาว	87,169
31	เขตสะพานสูง	88,918
32	เขตหนองจอก	154,371
33	เขตมีนบุรี	136,236
34	เขตคลองสามวา	165,352
35	เขตลาดกระบัง	160,850

3. เขต ชั้นใน ฝั่งธนบุรี

ลำดับ	เขต	จำนวน
36	เขตธนบุรี	121,539
37	เขตคลองสาน	77,471
38	เขตบางกอกน้อย	120,032
39	เขตบางพลัด	100,319
40	เขตบางกอกใหญ่	73,864

4. เขต ชั้นนอก ผังธนบุรี

41	เขตภาษีเจริญ	130,493
42	เขตบางแค	192,276
43	เขตบางขุนเทียน	161,642
44	เขตบางบอน	104,768
45	เขตจอมทอง	158,646
46	เขตตลิ่งชัน	106,786
47	เขตทวีวัฒนา	75,460
48	เขตราษฎร์บูรณะ	87,841
49	เขตทุ่งครุ	115,823
50	เขตหนองแขม	148,298
	รวมทั้งสิ้น	5,674,842

แต่เมื่อพิจารณาจากความหนาแน่นของผู้สูงอายุแล้วพบว่า ผู้สูงวัยมีการอาศัยอยู่หนาแน่นแตกต่างกันตามเขตในกรุงเทพมหานครดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดง กลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่สำรวจ

พื้นที่เป้าหมาย เขต	ผู้สูงอายุ (1)	กลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่สำรวจ (คน)					
		กลุ่ม	ชุดที่ 1		ชุดที่ 2		ชุดที่ 3
		ประชากร แต่ละเขต (4)	ประชากร จริง (5)	กลุ่ม ตัวอย่าง (6)	ประชากร จริง (7)	กลุ่ม ตัวอย่าง (8)	ประชากร จริง (9)
กรุงเทพชั้นนอก		สูตรในการ คำนวณ [(3)/(2)] x(1)	สูตรในการ คำนวณ [(4)/(1)] x(5)	สูตรในการ คำนวณ [(4)/(1)] x(7)	สูตรใน การ คำนวณ [(4)/(1)] x(8)		
ชุดที่ 1 กทม. ชั้นนอก	200	2,794/5,674	0.194x400	196			200
ชุดที่ 2 กทม. ชั้นใน	100	1,104/5,674	0.492x400	77.6			77
ชุดที่ 3 ธนบุรี	100	1,456/5,674	0.312x400	124.8			125
ประชากรรวมทั้งสิ้น (2)	400						402
กลุ่มตัวอย่างจากสมการ(3)							
N = $\frac{N}{1+Ne^2}$ = 400			คิดเป็นร้อยละ 49.2	คิดเป็นร้อยละ 19.4		คิดเป็นร้อยละ 31.2	

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยภาคสนาม คือ แบบสอบถามโดยการตอบแบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลมีลักษณะคำถาม ทั้งแบบปลายเปิด (open-ended-question) และคำถาม ปลายปิด (close-ended-question) ซึ่งได้มีการทดสอบเครื่องมือ (pre-test) ทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นก่อนนำไปใช้

แบบสอบถามปลายปิด (close-ended-question) โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย

1. แบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้
2. แบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับปัญหาด้านผิวหนังและการป้องกัน ประกอบด้วย ปัญหาทางผิวหนัง โรคที่เกี่ยวกับผิวหนัง การใช้สมุนไพรไทยเพื่อถนอมผิวพรรณ
3. แบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับ ตลาดสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรไทยโดยศึกษาจากพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณ ประกอบด้วย ความเชื่อที่ว่าสมุนไพรไทยให้ประโยชน์ เคยใช้แล้วมีคุณภาพดี สรรพคุณ ชื่อสินค้าสมุนไพรไทยที่มีมาตรฐาน
4. แบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับสินค้าภูมิปัญญากลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเชื่อในภูมิปัญญา แต่อยากรักษาตามสถานพยาบาลรัฐ

ส่วนแบบสอบถามปลายเปิด (opened-end question) จะประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง คือ ข้อมูลด้านสภาพผิวหนัง ส่วนที่สอง คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นหนึ่งในการดำเนินงานวิจัย จำเป็นต้องใช้เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เป็นความจริงถูกต้องและเชื่อถือได้ สำหรับการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การเก็บแบบสอบถามตามพื้นที่ชุมชนผู้สูงอายุ (Field Survey) ซึ่งมีระดับการให้ความสนใจในสุขภาพต่างกัน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ได้แก่ ข้อมูลซึ่งรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ และ การจัดแสดงนิทรรศการ การเผยแพร่ผลงานต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นที่ ตั้งแต่ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ถึง กันยายน พ.ศ. 2559

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารคุณภาพขององค์การและสมรรถนะของผู้บริหารระดับต้นจะใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ Path Analysis

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 402 ราย

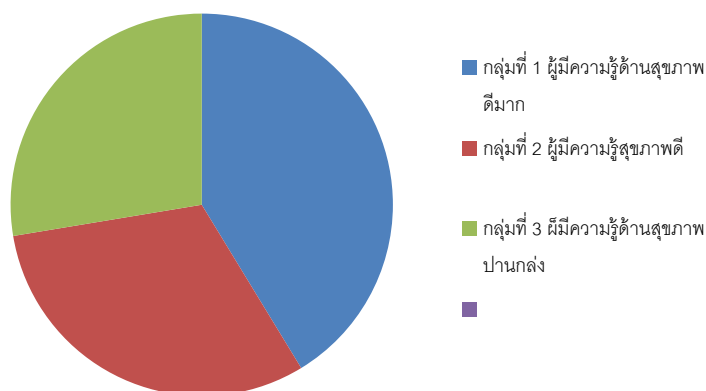
การศึกษาวิจัยเรื่อง การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่มุ่งศึกษาหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่สัมพันธ์กันเชิงเหตุผล (Causal relationship) ของกลุ่มตัวแปรโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการแจกแจงความถี่ด้าน ชุดข้อมูลผู้ที่มีความรู้สุขภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
กลุ่มที่ 1 ผู้มีความรู้สุขภาพดีมาก	166	41.29	41.29	41.29
กลุ่มที่ 2 ผู้มีความรู้สุขภาพดี	125	31.10	31.10	72.39
กลุ่มที่ 3 ผู้มีความรู้สุขภาพปานกลาง	111	27.61	27.61	100
Total	402	100.0	100.0	

ตารางที่ 4.1 แสดงสัดส่วนข้อมูลตารางที่ 4.1 แสดงสัดส่วนข้อมูลด้านกลุ่มที่ 1 หมายถึงผู้ที่มีความรู้ด้านสุขภาพในระดับดีมาก กลุ่มที่ 2 หมายถึงผู้ที่ดูแลสุขภาพในระดับดี และกลุ่มที่ 3 หมายถึงผู้ที่ดูแลสุขภาพในระดับปานกลาง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีความรู้สุขภาพดีมาก โดยมีจำนวนสูงสุดคือ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.29 รองลงมาคือ ผู้ที่มีความรู้สุขภาพดี จำนวน 125 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.1 และผู้มีความรู้สุขภาพปานกลาง จำนวน 111 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.6 โดยกลุ่มที่มีความรู้ด้านสุขภาพดีมากที่สุด แสดงดังภาพ Pie Chart ที่ 4.1 Chart แสดงสัดส่วนผู้ที่มีความรู้ด้านสุขภาพ

ผู้ที่มีความรู้ด้านสุขภาพ



ภาพที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด

MAO การขยายโอกาสทางการตลาด (Marketing opportunity) หรือ ความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจ SME

ตารางที่ 4.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง (Political change)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV52	402	1.00	5.00	3.8159	1.09906
DV53	402	1.00	5.00	3.8557	1.04944
DV54	402	1.00	5.00	4.0100	1.02093
DV55	402	1.00	5.00	4.0945	.92136
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ในความคิดเห็นที่ต้องการบทบาทสมุนไพรมากขึ้น มีในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมากโดยพบค่าเฉลี่ย 3.8 ส่วนความต้องการการสนับสนุนมากขึ้น และต้องการให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพมีในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.0

ตารางที่ 4.3 แสดงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค (Technic change)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV44	402	1.00	5.00	2.8557	1.32276
DV46	402	1.00	5.00	3.1343	1.23816
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค พบว่าความต้องการให้สมุนไพรมานำพัฒนา พบอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.8 และความต้องการใช้ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1

ตารางที่ 4.4 แสดงการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม (Culture change)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV25	402	1.00	5.00	3.6144	1.18093
DV26	402	1.00	5.00	3.8856	1.08347
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านการยอมรับวัฒนธรรม ในข้อความต้องการให้มีการพัฒนาการมีส่วนร่วม พบว่าความต้องการให้ มีการพัฒนาการมีส่วนร่วม พบอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 และความต้องการให้พัฒนาการมีส่วนร่วม พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8

MAG หมายถึง วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing goal)

ตารางที่ 4.5 แสดงการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงดลใจ (inspiration)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV21	402	1.00	5.00	3.7313	1.05578
IV22	402	1.00	5.00	3.6542	1.03183
IV23	402	1.00	5.00	3.6965	1.08604
IV25	402	1.00	5.00	3.4154	1.22691
IV26	402	1.00	5.00	3.2537	1.22334
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านแรงดลใจ พบว่าแรงดลใจในการซื้อ พบอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7 ส่วนแรงดลใจในการซื้อเพราะความเชื่อ พบในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ส่วนแรงดลใจในการซื้อเพราะคุณภาพ พบในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ส่วนแรงดลใจในการซื้อเพราะต้องการ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และแรงดลใจในการซื้อเพราะพบสินค้า พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม (Culture)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV15	402	1.00	5.00	3.4627	1.19636
IV 51	402	1.00	5.00	3.9005	.99377
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม พบว่าความต้องการที่มากจากการต้องการซื้อ พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และความต้องการซื้อเพราะดำรงไว้ พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.9

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปลี่ยนแปลงด้านสถาบัน (institution)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV53	402	1.00	5.00	3.5597	1.02957
IV54	402	1.00	5.00	3.6144	1.15962
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านองค์กร พบว่าความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความพึงพอใจถึงระดับขั้นที่ความต้องการ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

MAS หมายถึง กลยุทธ์การตลาด (Market strategies) หมายถึง การจัดทำกลยุทธ์การตลาด (Strategy)

ตารางที่ 4.8 แสดงความสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงลูกค้า คู่แข่ง องค์กร (Customer/ Competition/ Company change)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV61	402	1.00	5.00	3.5174	1.15006
IV62	402	1.00	5.00	3.4652	1.04989
IV42	402	1.00	5.00	3.2985	1.13016
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านการเปลี่ยนแปลงลูกค้า คู่แข่ง องค์กร พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ มีความต้องการพบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความต้องการสมุนไพรรไทย พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 ส่วนความต้องการสมุนไพรรไทย พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2

ตารางที่ 4.9 แสดงความสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์องค์กร (Strategy)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV41	402	1.00	5.00	3.4527	1.26294
IV44	402	1.00	5.00	3.4925	1.06927
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการเครื่องสำอางสมุนไพรเพราะเชื่อ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และความต้องการ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 มีความต้องการพบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4

ตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ชั้นเชิง (Tactic)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV45	402	1.00	5.00	3.1592	1.14945
IV52	402	1.00	5.00	3.5896	1.06787
DV51	402	1.00	5.00	3.6219	1.06699
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ชั้นเชิง พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 และความต้องการยอมรับ พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 ส่วนความต้องการรักษา พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลงการสร้างคุณค่า (Value)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV43	402	1.00	5.00	3.5920	1.00509
DV47	402	1.00	5.00	3.7711	.98738
IV 24	402	1.00	5.00	2.9527	1.15625
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านคุณค่า พบว่าความสามารถสร้างคุณค่า พบอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความสามารถ รักษา พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7 ส่วนการชอบเครื่องสำอาง พบอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9

MAX หมายถึง ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) และการจัดทำกรวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning)

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์กลุ่มลูกค้า (Segmentation)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV32	402	1.00	6.00	2.5896	1.44843
IV34	402	1.00	6.00	2.5522	1.07035
IV35	402	1.00	7.00	2.5498	1.34137
IV11	402	1.00	3.00	1.8657	.64097
IV12	402	1.00	3.00	1.7164	.63496
IV13	402	1.00	4.00	2.2040	.84640
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาในกลุ่มลูกค้า ด้านอายุ พบว่าอายุเฉลี่ย 2.5 พบว่ามีระดับอายุระหว่าง 60 – 65 ปี และมีระดับรายได้ในระดับ 2.5 โดยมีระดับรายได้ 10,000 – 30,000 บาท และระดับการศึกษา อยู่ในระดับ 2.5 โดยพบระดับการศึกษานุปริญญา โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5 และกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาด้านผิวพรรณ โดยพบระดับปัญหาด้านผิวพรรณ ไม่มีปัญหาถึงมีบ้าง โดยมีระดับ 1.8 และระดับการแพ้สารเคมี พบในระดับไม่เคยถึงระดับแพ้บางชนิด โดยพบค่าเฉลี่ย 1.7 โดยบริเวณที่พบการแพ้ พบว่าการแพ้อยู่ที่ลำตัวถึงหน้าและลำตัวส่วนใหญ่ โดยพบค่าเฉลี่ย 2.2

ตารางที่ 4.13 แสดงความสัมพันธ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV14	402	1.00	5.00	2.9826	1.42727
IV15	402	1.00	5.00	3.6667	1.25276
IV16	402	1.00	5.00	3.5622	1.22622
DV21	402	1.00	4.00	1.6244	.83005
DV22	402	1.00	4.00	2.6766	.77034
DV23	402	1.00	5.00	1.8632	1.13379
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรเป็นกลุ่มที่ละเอียดอ่อนกับการดูแลตนเอง เช่น การชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ พบว่ากลุ่มที่ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ พบในระดับน้อยถึงปานกลาง โดยพบค่าเฉลี่ยที่ 2.9 ส่วนความต้องการใช้โลชั่นเป็นประจำ พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 และการรักษาผิวโดยการใช้น้ำมันหรือครีมกันแดดเป็นประจำ พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 ส่วนการคั้นเคียวหรือรู้จักสมุนไพรไทย พบในระดับปานกลางคือ รู้จักสมุนไพรเพื่อการดูแลผิวพรรณ 5 -10 ชนิดหรือน้อยกว่า ส่วนการรักษาผิวพรรณ โดยเคยไปคลินิกผิวหนังมีในระดับ ไม่บ่อยถึงบ่อย โดยพบค่าเฉลี่ยในระดับ 2.6 และส่วนการเคยใช้สมุนไพรเพื่อถนอมผิวพรรณ พบในระดับเคยบ้างถึงบ่อยๆ โดยพบค่าเฉลี่ย 1.8

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (Product)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV16	402	1.00	5.00	3.2612	1.10494
DV24	402	1.00	5.00	3.3060	1.15761
DV13	402	1.00	5.00	2.9975	1.17857
DV12	402	1.00	5.00	3.1692	1.22372
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการความต้องการผลิตภัณฑ์ ในที่นี้หมายถึงรวมถึง คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์จำพวกราชภัฏ ตรายี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ พบว่าสรรพคุณเด่นชัดของเครื่องสำอางสมุนไพรไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 ความต้องการสินค้าอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์จำพวกราชภัฏ พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 ส่วนการซื้ออันเนื่องมาจากตรายี่ห้อ พบในระดับ น้อยถึงปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9 ส่วนการซื้ออันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์การจัดจำหน่าย และราคา (Place & Price)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV34	402	1.00	5.00	2.3930	1.38922
DV36	402	1.00	5.00	3.3607	1.16120
DV11	402	1.00	5.00	3.1741	1.26709
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านการจัดจำหน่าย และราคา พบว่าการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต สร้างความมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ พบอยู่ในระดับ น้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9 และการตัดสินใจซื้ออันเนื่องมาจากราคาถูกซึ่งให้ผลทางสรรพคุณเท่าๆ กัน พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 ส่วนการซื้อเพราะเหตุราคาถูก พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์การขาย (Selling)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV31	402	1.00	54.00	3.2612	2.81941
DV32	402	1.00	5.00	3.1045	1.31708
DV33	402	1.00	5.00	3.1070	1.33848
Valid N (listwise)	402				

จากข้อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้าน การซื้อเพราะคำบอกเล่า (word-of-mouth) พบว่าการซื้อที่มาจาก คำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติแนะนำ พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย

3.2 ความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก คำบอกเล่าจากแพทย์แนะนำ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 ความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก คำบอกเล่าจากผู้ขายแนะนำ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์บริการ (Services)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DV35	402	1.00	5.00	3.2388	1.20584
DV14	402	1.00	5.00	3.7463	1.09421
Valid N (listwise)	402				

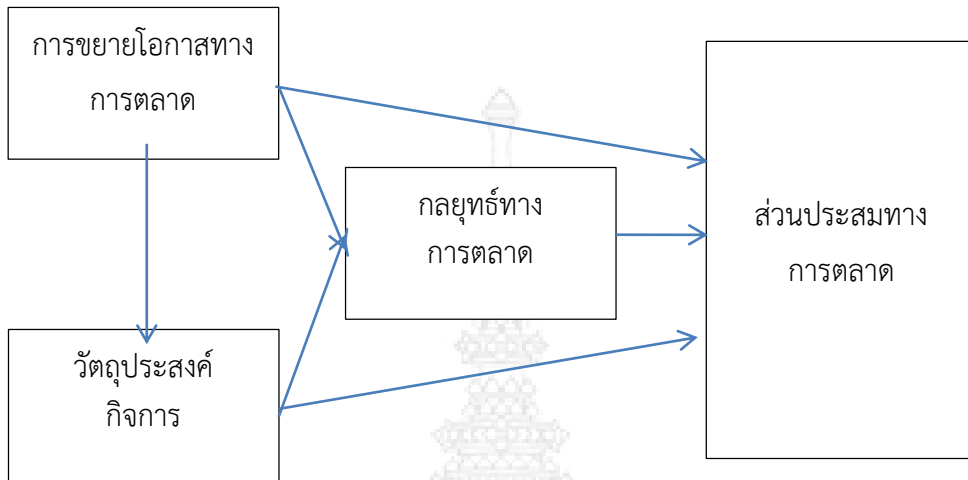
จากข้อพิจารณาด้านการบริการ คือสามารถหาซื้อได้ง่าย พบว่าความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก การหาซื้อได้ง่าย พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 และความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก การมีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบในระดับปานกลาง ถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์กระบวนการ (Process)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IV37	402	1.00	5.00	3.2910	1.19532
IV38	402	1.00	5.00	3.1915	1.31768
IV39	402	1.00	5.00	3.4602	1.28279
Valid N (listwise)	402				

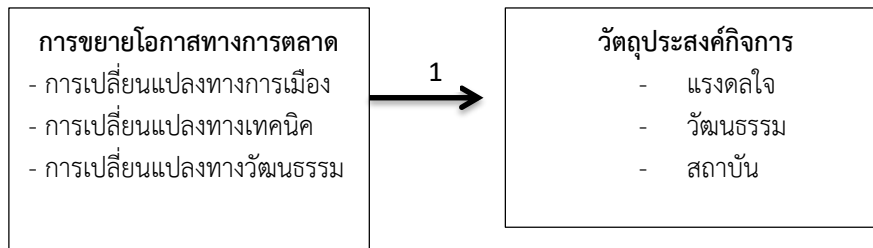
จากข้อพิจารณาความสัมพันธ์ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มลูกค้ามีความรู้ด้านสมุนไพรไทย พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 ส่วนใหญ่มีความรู้ เคยทำใช้เอง พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 และกลุ่มลูกค้าอยากจะปรุงใช้สมุนไพรเอง มีระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4

จากความสัมพันธ์ในการขยายโอกาสทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาด สามารถแสดงความสัมพันธ์ดังภาพ ที่ 4.19 ด้านล่าง



ภาพที่ 4.19 แสดงกรอบแนวคิด การขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME
กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทย

ภาพที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับวัตถุประสงค์กิจการ



วัตถุประสงค์กิจการ หมายถึง การบริหารองค์กรที่มุ่งหวังให้เกิดการเติบโต โดยมีองค์ประกอบทางด้านแรงดลใจ วัฒนธรรมและสถาบัน

แรงดลใจ หมายถึง แรงดลใจที่กิจการสร้างเพื่อมุ่งหวังก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าจากกิจการ

วัฒนธรรม หมายถึง ประเด็นทางด้านวัฒนธรรม สถาบัน หมายถึง ลักษณะกิจการ

การขยายโอกาสทางการตลาด หมายถึง โอกาสที่กลุ่มผู้ประกอบการ SME จะสามารถดำเนินกิจการได้ โดยมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

การเปลี่ยนแปลงทางเทคนิค

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

จากความสัมพันธ์ข้างต้นแสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ ANOVA และการวิเคราะห์ MCA จากค่า Eta ค่า Beta ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าความสัมพันธ์ด้านล่าง

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ด้านแรงดลใจ ความเชื่อ ที่มีผลมาจากการขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv21 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

Case Processing Summary^a

Cases					
Included		Excluded		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent
402	100.0%	0	0.0%	402	100.0%

a. เชื้อประโยชน์

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เชื่อ ประโยชน์	(Combined)	144.155	32	4.505	5.489	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	52.413	4	13.103	15.966	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	18.010	4	4.503	5.486	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	15.502	4	3.876	4.722	.001
	มีระบบบริการมากขึ้น	8.462	4	2.116	2.578	.037
	มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย	30.180	4	7.545	9.194	.000
	ใช้สมุนไพรมื่อยับยั้งปัญหา	14.661	4	3.665	4.466	.002
	พัฒนยาสมุนไพรมีไทย	1.511	4	.378	.460	.765
	พัฒนยาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น	3.415	4	.854	1.040	.386
	Model	144.155	32	4.505	5.489	.000
Residual	302.830	369	.821			
Total	446.985	401	1.115			

a. เชื่อประโยชน์

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Factor Summary^a MCA

		Eta	Beta
			Adjusted for Factors
เชื่อประโยชน์	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	.342	.116
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	.375	.107
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	.364	.224
	มีระบบบริการมากขึ้น	.303	.147
	มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย	.332	.196
	ใช้สมุนไพรมื่อยับยั้งปัญหา	.371	.215
	พัฒนยาสมุนไพรมีไทย	.277	.047
	พัฒนยาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น	.334	.111

a. เชื่อประโยชน์

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เชื่อประโยชน์ by อยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรมานาน ใช้สมุนไพรมานาน เพื่อต่อต้านปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมานาน	.568	.323

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. ท่านอยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน 2. ท่านอยากให้มีบทบาทสมุนไพรมานาน 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ระบบบริการมากขึ้น 5. ควบคุมสมุนไพรมานาน 6. ท่านสมุนไพรมานานเพื่อต่อต้านปัญหา มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ในแรงดลใจ ด้านความเชื่อ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .323 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม .323

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ ในความเชื่อที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=iv22 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณภาพดี	(Combined)	147.929	32	4.623	6.114	.000
	Main Effects					
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน	52.702	4	13.175	17.425	.000
	อยากให้สมุนไพรมานาน	25.118	4	6.280	8.305	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	14.155	4	3.539	4.680	.001
	มีระบบบริการมากขึ้น	6.334	4	1.583	2.094	.081
	มีการควบคุมสมุนไพรมานาน	32.801	4	8.200	10.845	.000
	ใช้สมุนไพรมานานเพื่อแก้ปัญหา	12.027	4	3.007	3.977	.004
	พัฒนายาสมุนไพรมานาน	2.783	4	.696	.920	.452
พัฒนายาสมุนไพรมานานและยาอื่น	2.010	4	.502	.664	.617	
Model		147.929	32	4.623	6.114	.000
Residual		279.009	369	.756		

Total	426.938	401	1.065	
-------	---------	-----	-------	--

a. คุณภาพดี

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Factor Summary ^a		Eta	Beta
			Adjusted for Factors
คุณภาพดี	อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น	.351	.074
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	.414	.235
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	.379	.270
	มีระบบบริการมากขึ้น	.279	.209
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	.343	.218
	ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา	.356	.195
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทย	.290	.087
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทยและยาอื่น	.310	.086

a. คุณภาพดี by อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทย พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทยและยาอื่น

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คุณภาพดี by อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทย พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทยและยาอื่น	.589	.346

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร

ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ระบบบริการมากขึ้น 5. ควบคุมสมุนไพรไทย 6. ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา 7. พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทย 8. พัฒนาศูนย์สมุนไพรไทยและยาอื่น

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .346 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม .346

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ คุณภาพ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= iv23 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คุณภาพ	(Combined)	167.211	32	5.225	6.306	.000
	Main Effects					
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมากขึ้น	51.974	4	12.994	15.681	.000
	อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น	22.654	4	5.664	6.835	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	5.739	4	1.435	1.731	.142
	มีระบบบริการมากขึ้น	9.555	4	2.389	2.883	.023
	มีการควบคุมสมุนไพรมากขึ้น	58.762	4	14.691	17.729	.000
	ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา	9.712	4	2.428	2.930	.021
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ	3.706	4	.927	1.118	.348
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	5.108	4	1.277	1.541	.190
Model	167.211	32	5.225	6.306	.000	
Residual	305.764	369	.829			
Total	472.975	401	1.179			

a. คุณภาพ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คุณภาพ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมากขึ้น อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพเพื่อต่อต้านปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	.595	.354

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากรู้ดูแลสมุนไพรมีขาย 2. อยากรู้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น 3. ระบบบริการมากขึ้น 4. ควบคุมสมุนไพรมีขาย 5. ใช้สมุนไพรมีขายเพื่อต่อต้านปัญหา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .354 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .354

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ ใช้สมุนไพรมีขาย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv25 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Main Effects	(Combined)	181.890	32	5.684	4.973	.000
	อยากรู้ดูแลสมุนไพรมีขาย	50.592	4	12.648	11.066	.000
	อยากรู้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น	19.415	4	4.854	4.247	.002
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	11.416	4	2.854	2.497	.042
	มีระบบบริการมากขึ้น	5.272	4	1.318	1.153	.331
	มีการควบคุมสมุนไพรมีขาย	65.824	4	16.456	14.398	.000
	ใช้สมุนไพรมีขายเพื่อต่อต้านปัญหา	3.051	4	.763	.667	.615
	พัฒนายาสมุนไพรมีขาย	15.246	4	3.811	3.335	.011
	พัฒนายาสมุนไพรมีขายและยาอื่น	11.075	4	2.769	2.422	.048
Model	181.890	32	5.684	4.973	.000	
Residual	421.735	369	1.143			
Total	603.624	401	1.505			

a. ใช้สมุนไพรมีขาย

c. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
--	---	-----------

อยากทดลอง by อยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรมานาน ใช้สมุนไพรมานาน เพื่อต่อต้านปัญหา พัฒนายาสสมุนไพรมานาน พัฒนายาสสมุนไพรมานานและยาอื่น	.549	.301
---	------	------

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน 2. อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมานาน 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ควบคุมสมุนไพรมานาน 5. พัฒนายาสสมุนไพรมานาน 6. พัฒนายาสสมุนไพรมานานและยาอื่น มีผลต่อ แรงคลใจ การใช้

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .301 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม .301

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ แรงคลใจ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= iv26 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
แรงคลใจ	(Combined)	238.934	32	7.467	7.628	.000	
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมานาน	50.718	4	12.679	12.954	.000	
	อยากให้มีบทบาทสมุนไพรมานาน	29.202	4	7.300	7.458	.000	
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	15.236	4	3.809	3.891	.004	
	Main Effects	มีระบบบริการมากขึ้น	6.046	4	1.512	1.544	.189
	มีการควบคุมสมุนไพรมานาน	102.502	4	25.626	26.180	.000	
	ใช้สมุนไพรมานานเพื่อแก้ปัญหา	22.407	4	5.602	5.723	.000	
	พัฒนายาสสมุนไพรมานาน	3.024	4	.756	.772	.544	
	พัฒนายาสสมุนไพรมานานและยาอื่น	9.799	4	2.450	2.503	.042	
	Model	238.934	32	7.467	7.628	.000	
Residual	361.185	369	.979				
Total	600.119	401	1.497				

a. สมุนไพรไทย

d. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สมุนไพรไทย by อยากรู้ดูแลสุขภาพสมุนไพรที่ขาย อยากรู้ให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อต่อต้านปัญหาพัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.631	.398

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากรู้ดูแลสุขภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรู้ให้มีบทบาทสมุนไพรมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ควบคุมสมุนไพรไทย 5. ใช้สมุนไพรเพื่อต่อต้านปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรไทย มีผลต่อแรงดลใจ ในสมุนไพรไทย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .398 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .398

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านวัฒนธรรม กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= dv15 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method				
Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

	(Combined)	169.913	32	5.310	4.849	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	47.933	4	11.983	10.944	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขายมากขึ้น	14.415	4	3.604	3.291	.011
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	10.254	4	2.563	2.341	.055
Main Effects	มีระบบบริการมากขึ้น	4.342	4	1.085	.991	.412
	มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย	53.962	4	13.490	12.321	.000
	ใช้สมุนไพรมีที่ขายเพื่อแก้ปัญหา	20.083	4	5.021	4.585	.001
	พัฒนาศูนย์บริการสุขภาพ	1.659	4	.415	.379	.824
	พัฒนาศูนย์บริการสุขภาพและยาอื่น	17.267	4	4.317	3.942	.004
Model		169.913	32	5.310	4.849	.000
Residual		404.028	369	1.095		
Total		573.940	401	1.431		

a. ภูมิภาคปัญหา

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ภูมิภาคปัญหา by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้มีที่ขายมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายเพื่อต่อต้านปัญหา พัฒนาศูนย์บริการสุขภาพ พัฒนาศูนย์บริการสุขภาพและยาอื่น	.544	.296

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1.อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้มีที่ขายมากขึ้น 3. ระบบบริการมากขึ้น 4. ควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย 5. ใช้สมุนไพรมีที่ขายเพื่อต่อต้านปัญหา 6. พัฒนาศูนย์บริการสุขภาพ มีผลต่อ วัฒนธรรม

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .296 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .296

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ภูมิภาคปัญหาไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES= iv51 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5)
 dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ภูมิภาค ปัญหา ไทย	(Combined)	176.689	32	5.522	9.289	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย	114.647	4	28.662	48.220	.000
	อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	11.582	4	2.895	4.871	.001
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	18.138	4	4.534	7.629	.000
	Main Effects	9.907	4	2.477	4.167	.003
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	9.850	4	2.462	4.143	.003
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	2.668	4	.667	1.122	.346
	พัฒนยาสมุนไพรไทย	4.028	4	1.007	1.694	.151
	พัฒนยาสมุนไพรไทยและยาอื่น	5.870	4	1.467	2.469	.044
	Model	176.689	32	5.522	9.289	.000
Residual	219.331	369	.594			
Total	396.020	401	.988			

a. ภูมิภาคปัญหาไทย

c. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ภูมิภาคปัญหาไทย กับ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ระบบบริการมากขึ้น ควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนยาสมุนไพรไทย พัฒนยาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.668	.446

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีระบบบริการมากขึ้น 5. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 6. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 7. พัฒนยาสมุนไพรไทย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .446 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .446

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านสถาบัน กับการรักษา ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= iv53 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การ รักษา	(Combined)	89.975	32	2.812	3.096	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมือที่ขาย	55.982	4	13.995	15.412	.000
	อยากให้สมุนไพรมือมีบทบาทมากขึ้น	12.395	4	3.099	3.412	.009
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	2.153	4	.538	.593	.668
	Main Effects	3.535	4	.884	.973	.422
	มีการควบคุมสมุนไพรมือไทย	8.634	4	2.158	2.377	.052
	ใช้สมุนไพรมือเพื่อยับยั้งปัญหา	1.913	4	.478	.527	.716
	พัฒนายาสมุนไพรมือไทย	2.423	4	.606	.667	.615
	พัฒนายาสมุนไพรมือไทยและยาอื่น	2.941	4	.735	.810	.520
	Model	89.975	32	2.812	3.096	.000
Residual	335.092	369	.908			
Total	425.067	401	1.060			

- a. ยินดีซื้อและรักษา by อยากให้ดูแลสมุนไพรมือที่ขาย อยากให้สมุนไพรมือมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมือไทย ใช้สมุนไพรมือเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมือไทย
- b. พัฒนายาสมุนไพรมือไทยและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ยินดีซื้อและรักษา by อยากให้ดูแลสมุนไพรมือที่ขาย อยากให้สมุนไพรมือมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมือไทย ใช้สมุนไพรมือเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมือไทย พัฒนายาสมุนไพรมือไทยและยาอื่น	.460	.212

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมือที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมือมีบทบาทมากขึ้น มีผลต่อ วัตถุประสงค์ กิจการ ด้านสถาบัน ในส่วน การยินดีซื้อ และต้องการรักษากับผู้ผลิตที่บ้าน

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .212 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .212

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านสถาบัน กับความยินดี ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv54 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
แนะนำการใช้	(Combined)	196.043	32	6.126	6.587	.000
	อยากให้อายุคนไข้	71.483	4	17.871	19.215	.000
	อยากให้อายุคนไข้มีบทบาทมากขึ้น	12.693	4	3.173	3.412	.009
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	11.094	4	2.774	2.982	.019
	มีระบบบริการมากขึ้น	4.595	4	1.149	1.235	.295
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	64.838	4	16.210	17.428	.000
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	19.377	4	4.844	5.209	.000
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	4.225	4	1.056	1.136	.339
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	7.738	4	1.935	2.080	.083
	Model	196.043	32	6.126	6.587	.000
Residual	343.193	369	.930			
Total	539.236	401	1.345			

a. แนะนำการใช้ by อยากให้อายุคนไข้ อยากให้อายุคนไข้มีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทย และยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

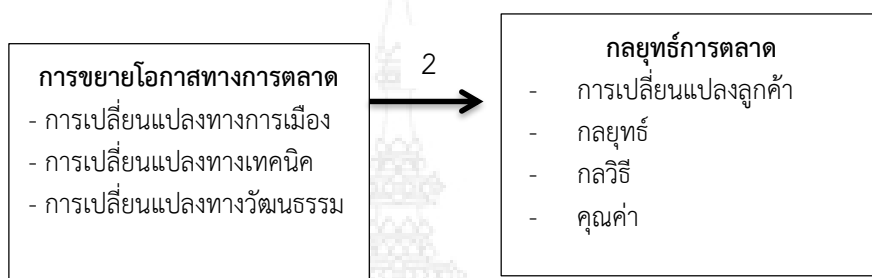
Model Goodness of Fit

	R	R Squared
แนะนำการใช้ by อยากให้อายุคนไข้ อยากให้อายุคนไข้มีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.603	.364

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากรู้ให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากรู้ให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย 5. ใช้สมุนไพรมีเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ สถาบัน ในส่วนความยินดี

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .364 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .364

ภาพที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับกลยุทธ์การตลาด



กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การที่องค์กร SME ใช้นโยบายการเข้าถึงลูกค้า ด้วยการปรับตัวด้าน การเปลี่ยนแปลงลูกค้า กลยุทธ์ กลวิธีและคุณค่า

การเปลี่ยนแปลงลูกค้า หมายถึง องค์กรประกอบผู้ประกอบการรายย่อย ได้แก่

- การเปลี่ยนแปลงในลูกค้า
- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ
- การใช้สมุนไพรมี

กลยุทธ์ หมายถึง กลยุทธ์การตลาดในการขายผลิตภัณฑ์

- การเน้นที่สาร
- การเห็นผลสมุนไพรมีไทย

กลวิธี หมายถึง การตั้งลูกค้า ในที่นี้หมายถึง

- สรรพคุณ
- ความชอบ
- ความต้องการรักษา

คุณค่า หมายถึง คุณค่าสมุนไพรไทย ได้แก่

- สรรพคุณ
- ความเชื่อ
- การทดสอบ

ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ด้านการใช้ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=iv61 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5)
 dv26(1 5)



ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยาสมุนไพร	(Combined)	142.522	32	4.454	4.237	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	74.648	4	18.662	17.755	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	3.598	4	.899	.856	.491
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	3.872	4	.968	.921	.452
	มีระบบบริการมากขึ้น	14.339	4	3.585	3.411	.009
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	26.789	4	6.697	6.372	.000
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	12.967	4	3.242	3.084	.016
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	3.091	4	.773	.735	.568
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	3.218	4	.805	.765	.548
	Model	142.522	32	4.454	4.237	.000
Residual	387.856	369	1.051			
Total	530.378	401	1.323			

a. สรรพคุณยา by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

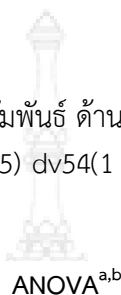
Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สรรพคุณยา by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.518	.269

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมาน้อย 2. มีระบบบริการมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรมาน้อย 4. ใช้สมุนไพรมาน้อย ปัญหา มีผลต่อ การเปลี่ยนแปลงลูกค้า ด้านการแก้ปัญหาผิวพรรณ ในส่วน การใช้ได้ทั้งยาแพทย์แผนไทย หรือยาแผนตะวันตก

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r² เท่ากับ .269 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .269

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ด้านองค์กร กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=iv62 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)



		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สมุนไพรมาน้อย	(Combined)	129.300	32	4.041	4.768	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมาน้อย	83.683	4	20.921	24.687	.000
	อยากให้สมุนไพรมาน้อยมากขึ้น	18.302	4	4.575	5.399	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	4.114	4	1.029	1.214	.305
	Main Effects	2.835	4	.709	.836	.503
	มีระบบบริการมากขึ้น	4.852	4	1.213	1.431	.223
	มีการควบคุมสมุนไพรมาน้อย	2.997	4	.749	.884	.473
	ใช้สมุนไพรมาน้อยปัญหา	4.380	4	1.095	1.292	.273
	พัฒนยาสมุนไพรมาน้อย	8.136	4	2.034	2.400	.050
	พัฒนยาสมุนไพรมาน้อยและยาอื่น	129.300	32	4.041	4.768	.000
Model	129.300	32	4.041	4.768	.000	
Residual	312.713	369	.847			
Total	442.012	401	1.102			

a. สมุนไพรมาน้อย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมาน้อย อยากให้สมุนไพรมาน้อยมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมาน้อย ใช้สมุนไพรมาน้อยปัญหา พัฒนยาสมุนไพรมาน้อย พัฒนยาสมุนไพรมาน้อยและยาอื่น

c. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สมุนไพรแบบยา by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหาพัฒนาญาสมุนไพรไทย พัฒนาญาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.541	.293

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. พัฒนาญาสมุนไพรไทย มีผลต่อ ด้านองค์กร

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .293 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .293

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ด้านคู่แข่ง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv42 BY dv52(1 5)dv53(1 5)dv54(1 5)dv55(1 5)dv44(1 5)dv46(1 5)dv25(1 5)dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
สมุนไพร ต่างๆ	Main Effects	(Combined)	143.693	32	4.490	4.497	.000
		อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	54.943	4	13.736	13.755	.000
		อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	7.506	4	1.876	1.879	.113
		ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	1.672	4	.418	.418	.795
		มีระบบบริการมากขึ้น	6.184	4	1.546	1.548	.188
		มีการควบคุมสมุนไพรไทย	37.342	4	9.336	9.349	.000
		ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	12.656	4	3.164	3.168	.014
		พัฒนาญาสมุนไพรไทย	5.914	4	1.479	1.481	.207

พัฒนาอาสาสมัครชาวไทยและยาอื่น	17.477	4	4.369	4.375	.002
Model	143.693	32	4.490	4.497	.000
Residual	368.486	369	.999		
Total	512.179	401	1.277		

a. สมุนไพรแบบต่างๆ by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนาอาสาสมัครชาวไทย พัฒนาอาสาสมัครไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สมุนไพรแบบต่างๆ by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนาอาสาสมัครชาวไทย พัฒนาอาสาสมัครไทยและยาอื่น	.530	.281

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 3. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 4. พัฒนาอาสาสมัครชาวไทยและยาอื่น มีผลต่อ คู่แข่ง ด้านสมุนไพรแบบต่างๆ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .281 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .281

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ด้านสารสมุนไพร กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=iv41 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สารสมุนไพรไทย	(Combined)	198.822	32	6.213	5.201	.000
	Main Effects					
	อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	62.431	4	15.608	13.066	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	34.206	4	8.551	7.159	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	14.939	4	3.735	3.126	.015
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.529	4	.382	.320	.865

มีการควบคุมสมุนไพรไทย	73.131	4	18.283	15.306	.000
ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	3.741	4	.935	.783	.537
พัฒนยาสมุนไพรไทย	3.799	4	.950	.795	.529
พัฒนยาสมุนไพรไทยและยาอื่น	5.046	4	1.262	1.056	.378
Model	198.822	32	6.213	5.201	.000
Residual	440.780	369	1.195		
Total	639.602	401	1.595		

a. สารสมุนไพร โดย อยากรู้ดูผลสมุนไพรที่ขาย อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูผลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนยาสมุนไพรไทย พัฒนยาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สารสมุนไพร โดย อยากรู้ดูผลสมุนไพรที่ขาย อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูผลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนยาสมุนไพรไทย พัฒนยาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.558	.311

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากรู้ดูผลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูผลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรไทย มีผลต่อ สารสมุนไพรไทย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .311 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .311

ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์การเห็นผล กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=iv44 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหาสมุนไพร	Main Effects	(Combined)	161.660	32	5.052	6.280	.000
		อยากรู้ดูผลสมุนไพรที่ขาย	68.205	4	17.051	21.198	.000
		อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	25.351	4	6.338	7.879	.000

ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	7.297	4	1.824	2.268	.061
มีระบบบริการมากขึ้น	4.239	4	1.060	1.317	.263
มีการควบคุมสมุนไพรไทย	19.262	4	4.815	5.986	.000
ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	29.481	4	7.370	9.163	.000
พัฒนายาสมุนไพรไทย	1.184	4	.296	.368	.831
พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	6.643	4	1.661	2.064	.085
Model	161.660	32	5.052	6.280	.000
Residual	296.817	369	.804		
Total	458.478	401	1.143		

- a. การแก้ปัญหา by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.594	.353

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 4. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ ด้านการแก้ปัญหา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .353 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .353

ตารางที่ 4.37 แสดงการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ด้านสรรพคุณ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด
 VARIABLES=dv45 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สรรพคุณ	Main (Combined)	177.032	32	5.532	5.787	.000
	Effects					
	อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	32.233	4	8.058	8.429	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	20.799	4	5.200	5.439	.000

ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	4.874	4	1.219	1.275	.279
มีระบบบริการมากขึ้น	.449	4	.112	.118	.976
มีการควบคุมสมุนไพรไทย	93.632	4	23.408	24.484	.000
ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	14.562	4	3.641	3.808	.005
พัฒนายาสมุนไพรไทย	3.009	4	.752	.787	.534
พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	7.474	4	1.868	1.954	.101
Model	177.032	32	5.532	5.787	.000
Residual	352.779	369	.956		
Total	529.811	401	1.321		

a. สรรพคุณ by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สรรพคุณ by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.578	.334

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 4. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ ด้านการแก้ปัญหา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .334 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .334

ตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ความพอใจ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv51 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อยาก	Main	(Combined)	123.077	32	3.846	4.256	.000
รักษา		อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	77.695	4	19.424	21.495	.000

Effects	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	2.898	4	.725	.802	.525
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	8.709	4	2.177	2.409	.049
	มีระบบบริการมากขึ้น	3.544	4	.886	.980	.418
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	15.839	4	3.960	4.382	.002
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	5.644	4	1.411	1.561	.184
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	2.572	4	.643	.712	.584
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	6.176	4	1.544	1.709	.147
Model		123.077	32	3.846	4.256	.000
Residual		333.450	369	.904		
Total		456.527	401	1.138		

a. อายกรักษา by อยากให้ดูแลสุขภาพสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
อายกรักษา by อยากให้ดูแลสุขภาพสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.519	.270

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสุขภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 3. มีการควบคุมสมุนไพรไทย มีผลต่อ ความพอใจสมุนไพรไทย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .270 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .270

ตารางที่ 4.40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การแก้ปัญหา ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv43 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Main Effects	(Combined)	150.495	32	4.703	6.816	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย	103.586	4	25.896	37.532	.000
	อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	6.662	4	1.665	2.414	.049
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	10.744	4	2.686	3.893	.004
	มีระบบบริการมากขึ้น	.346	4	.086	.125	.973
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	10.578	4	2.644	3.833	.005
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	9.023	4	2.256	3.269	.012
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	1.337	4	.334	.484	.747
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	8.220	4	2.055	2.978	.019
Model	150.495	32	4.703	6.816	.000	
Residual	254.600	369	.690			
Total	405.095	401	1.010			

- a. แก้ปัญหา by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น
- d. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
แก้ปัญหา by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.610	.372

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 5. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น มีผลต่อ การแก้ปัญหา กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .372 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .372

ตารางที่ 4.41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านคุณค่า ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv47 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รักษาโรค	(Combined)	157.152	32	4.911	7.751	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	95.919	4	23.980	37.848	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	6.324	4	1.581	2.495	.043
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	34.059	4	8.515	13.439	.000
	มีระบบบริการมากขึ้น	3.582	4	.896	1.413	.229
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	3.702	4	.926	1.461	.214
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	7.322	4	1.831	2.889	.022
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	3.723	4	.931	1.469	.211
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	2.520	4	.630	.994	.411
Model	157.152	32	4.911	7.751	.000	
Residual	233.794	369	.634			
Total	390.945	401	.975			

- a. รักษาโรคมาก by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ คุณค่า กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .402 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .402

ตารางที่ 4.42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กลยุทธ์ ด้านการสร้างคุณค่า ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv24 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การสร้าง คุณค่า	(Combined)	206.212	32	6.444	7.208	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	60.848	4	15.212	17.016	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	17.590	4	4.398	4.919	.001
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	21.467	4	5.367	6.003	.000
	มีระบบบริการมากขึ้น	3.649	4	.912	1.020	.397
	มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย	55.052	4	13.763	15.395	.000
	ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา	26.003	4	6.501	7.271	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย	13.991	4	3.498	3.912	.004
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	7.611	4	1.903	2.128	.077
	Model	206.212	32	6.444	7.208	.000
Residual	329.890	369	.894			
Total	536.102	401	1.337			

a. การสร้างคุณค่า by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

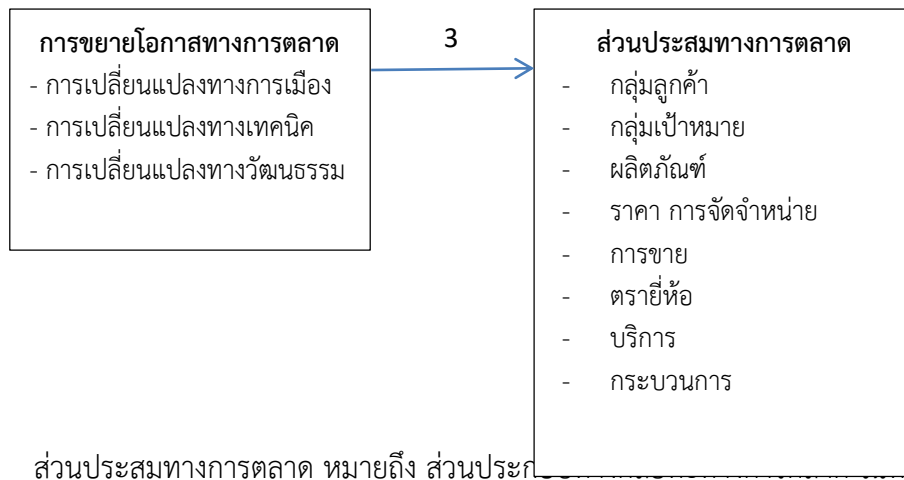
	R	R Squared
การสร้างคุณค่า by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	.620	.385

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์

แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 5. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรไทย มีผลต่อ การสร้างคุณค่า กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .385 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .385

ภาพที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด



ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประกอบที่ประกอบขึ้นเป็นองค์ประกอบทางการตลาด ด้าน 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย แต่จากการศึกษา กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการรายย่อยนั้น จะประกอบด้วย ส่วนประกอบเพื่อการเริ่มต้นกลยุทธ์ของกิจการ ดังนี้

- กลุ่มลูกค้า หมายถึง ผู้สูงวัย จัดแบ่งกลุ่มโดย ลักษณะลูกค้า อายุ รายได้ การศึกษา
- กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มที่ใช้สมุนไพรไทย
- ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สรรพคุณสมุนไพรไทย
- ราคา การจัดจำหน่าย หมายถึง ราคาสมุนไพร การจัดจำหน่ายสมุนไพรไทย
- การขาย หมายถึง การขายโดยผู้ขาย
- การบริการ หมายถึง การซื้อเพราะการหาซื้อง่าย
- กระบวนการ หมายถึง ลำดับขั้นตอนของการศึกษาสมุนไพร

ตารางที่ 4.43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านกลุ่มลูกค้า ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv32 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค้ำ	(Combined)	96.780	32	3.024	1.499	.043
	อยากให้อุณหภูมิที่ชาย	11.636	4	2.909	1.442	.220
	อยากให้อุณหภูมิที่ชายมากขึ้น	15.383	4	3.846	1.906	.109
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	5.202	4	1.300	.645	.631
	มีระบบบริการมากขึ้น	15.121	4	3.780	1.874	.114
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	4.884	4	1.221	.605	.659
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	19.233	4	4.808	2.383	.051
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	12.552	4	3.138	1.555	.186
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	12.769	4	3.192	1.582	.178
	Model	96.780	32	3.024	1.499	.043
Residual	744.496	369	2.018			
Total	841.276	401	2.098			

a. ลูกค้ำ by อยากให้อุณหภูมิที่ชาย อยากให้อุณหภูมิที่ชายมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

c. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้ำ by อยากให้อุณหภูมิที่ชาย อยากให้อุณหภูมิที่ชายมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.339	.115

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ ลูกค้ำ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .115 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .115

ตารางที่ 4.44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ รายได้ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv34 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายได้	(Combined)	74.985	32	2.343	2.249	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ	22.855	4	5.714	5.485	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น	5.524	4	1.381	1.326	.260
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	7.470	4	1.868	1.793	.130
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.879	4	.470	.451	.772
	มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ	7.414	4	1.853	1.779	.132
	ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา	16.370	4	4.093	3.928	.004
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพ	11.610	4	2.903	2.786	.026
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	1.862	4	.465	.447	.775
	Model	74.985	32	2.343	2.249	.000
Residual	384.418	369	1.042			
Total	459.403	401	1.146			

a. รายได้ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพ พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
รายได้ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพ พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	.404	.163

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ 2. ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา 3. พัฒนาศูนย์สมุนไพรมืออาชีพ มีผลต่อ รายได้ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .163 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .163

ตารางที่ 4.45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv35 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ส่วนประสมทางการตลาด	(Combined)	73.917	32	2.310	1.316	.122
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น	22.707	4	5.677	3.235	.013
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	4.006	4	1.002	.571	.684
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	6.023	4	1.506	.858	.489
	มีระบบบริการมากขึ้น	2.978	4	.745	.424	.791
	มีการควบคุมสมุนไพรมากขึ้น	10.487	4	2.622	1.494	.203
	ใช้สมุนไพรมีประสิทธิภาพมากขึ้น	2.731	4	.683	.389	.816
	พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้น	5.848	4	1.462	.833	.505
	พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้นและยาอื่น	19.135	4	4.784	2.726	.029
	Model	73.917	32	2.310	1.316	.122
Residual	647.588	369	1.755			
Total	721.505	401	1.799			

a. ส่วนประสมทางการตลาด by อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมากขึ้น ใช้สมุนไพรมีประสิทธิภาพมากขึ้น พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้น พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้นและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ส่วนประสมทางการตลาด by อยากให้ดูแลสมุนไพรมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมากขึ้น ใช้สมุนไพรมีประสิทธิภาพมากขึ้น พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้น พัฒนายาสมุนไพรมากขึ้นและยาอื่น	.320	.102

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .122 ซึ่งมากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r² เท่ากับ .102 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .102

ตารางที่ 4.45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ประเภทผิวพรรณ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv11 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ประเภท ผิวพรรณ	(Combined)	22.782	32	.712	1.850	.004
	อยากให้อายุคนไข้ที่ชาย	1.780	4	.445	1.156	.330
	อยากให้อายุคนไข้ที่มีบทบาทมากขึ้น	2.861	4	.715	1.859	.117
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	1.638	4	.410	1.065	.374
	มีระบบบริการมากขึ้น	2.972	4	.743	1.931	.105
	มีการควบคุมคนไข้ไทย	3.053	4	.763	1.984	.096
	ใช้สมุนไพรรักษาปัญหา	3.566	4	.891	2.317	.057
	พัฒนาศูนย์คนไข้ไทย	3.272	4	.818	2.126	.077
	พัฒนาศูนย์คนไข้ไทยและยาอื่น	3.640	4	.910	2.365	.053
Model	22.782	32	.712	1.850	.004	
Residual	141.965	369	.385			
Total	164.746	401	.411			

a. ประเภทผิวพรรณ by อยากให้อายุคนไข้ที่ชาย อยากให้อายุคนไข้ที่มีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมคนไข้ไทย ใช้สมุนไพรรักษาปัญหา พัฒนาศูนย์คนไข้ไทย พัฒนาศูนย์คนไข้ไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ประเภทผิวพรรณ by อยากให้อายุคนไข้ที่ชาย อยากให้อายุคนไข้ที่มีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมคนไข้ไทย ใช้สมุนไพรรักษาปัญหา พัฒนาศูนย์คนไข้ไทย พัฒนาศูนย์คนไข้ไทยและยาอื่น	.372	.138

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 2. พัฒนายาสมุนไพรไทย มีผลต่อ ประสิทธิภาพพรณ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ซึ่งความสัมพันธ์นี้ยังไม่ประจักษ์ชัดมากเนื่องด้วยค่าสัมประสิทธิ์อยู่ในระดับ 0.057 และ 0.053 ตามลำดับ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r² เท่ากับ .138 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .138

ตารางที่ 4.46 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ สารสมุนไพร ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv12 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)



ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สารสมุนไพร	(Combined)	20.413	32	.638	1.666	.015
	อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	1.428	4	.357	.932	.445
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	1.255	4	.314	.820	.513
	Main Effect	4.118	4	1.029	2.689	.031
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	.661	4	.165	.432	.786
	มีระบบบริการมากขึ้น	2.597	4	.649	1.696	.150
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	3.718	4	.929	2.428	.047
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	3.133	4	.783	2.046	.087
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	3.505	4	.876	2.289	.059
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	20.413	32	.638	1.666	.015
Model	141.258	369	.383			
Residual	161.672	401	.403			
Total						

- b. สารสมุนไพร by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น
- c. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สารสมุนไพร by ออยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย ออยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.355	.126

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น 2. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ สารสมุนไพร กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r² เท่ากับ .126 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .126

ตารางที่ 4.47 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระดับสมุนไพร ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= iv13 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระดับ สมุนไพร	(Combined)	32.698	32	1.022	1.481	.048
	ออยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	11.269	4	2.817	4.083	.003
	ออยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	7.047	4	1.762	2.554	.039
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	2.265	4	.566	.821	.513
	Main Effects	1.838	4	.459	.666	.616
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	6.743	4	1.686	2.443	.046
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	.558	4	.140	.202	.937
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	1.981	4	.495	.718	.580
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.998	4	.249	.362	.836
Model	32.698	32	1.022	1.481	.048	
Residual	254.576	369	.690			
Total	287.274	401	.716			

a. ระดับสมุนไพรรไทย by อยากให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรรไทย ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรรไทย พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ระดับสมุนไพรรไทย by อยากให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรรไทย ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรรไทย พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น	.337	.114

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรรไทย มีผลต่อ ระดับสมุนไพรรไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r² เท่ากับ .114 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .114

ตารางที่ 4.48 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv14 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กลุ่มเป้าหมาย	(Combined)	322.325	32	10.073	7.515	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย	101.582	4	25.395	18.948	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	12.564	4	3.141	2.344	.054
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย	15.917	4	3.979	2.969	.020
	มีระบบบริการมากขึ้น	11.024	4	2.756	2.056	.086
	มีการควบคุมสมุนไพรรไทย	48.041	4	12.010	8.961	.000
	ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา	67.676	4	16.919	12.624	.000
	พัฒนายาสมุนไพรรไทย	41.720	4	10.430	7.782	.000
	พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น	23.801	4	5.950	4.440	.002

Model	322.325	32	10.073	7.515	.000
Residual	494.553	369	1.340		
Total	816.878	401	2.037		

a. กลุ่มเป้าหมาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมะเขือเทศมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
กลุ่มเป้าหมาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศมากขึ้น อยากให้สมุนไพรมะเขือเทศมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.628	.395

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศมากขึ้น 2. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 3. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 4. ใช้สมุนไพรเพื่อแก้ปัญหา 5. พัฒนายาสมุนไพรไทย 6. พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น มีผลต่อ กลุ่มเป้าหมาย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .395 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .395

ตารางที่ 4.49 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ลูกค่าประจำ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv15 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค้ำ ประจำ	(Combined)	215.865	32	6.746	6.020	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย	65.113	4	16.278	14.528	.000
	อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	20.565	4	5.141	4.588	.001
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	20.600	4	5.150	4.596	.001
	มีระบบบริการมากขึ้น	7.246	4	1.812	1.617	.169
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	22.553	4	5.638	5.032	.001
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	34.264	4	8.566	7.645	.000
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	6.852	4	1.713	1.529	.193
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	38.670	4	9.668	8.628	.000
	Model	215.865	32	6.746	6.020	.000
Residual	413.469	369	1.121			
Total	629.333	401	1.569			

a. ลูกค้ำประจำ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้ำประจำ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.586	.343

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 5. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรไทย และยาอื่น มีผลต่อ ลูกค้ำประจำ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .343 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .343

ตารางที่ 4.50 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ลูกค้าเป้าหมายหลัก ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv16 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค้าเป้าหมายหลัก	(Combined)	235.192	32	7.350	7.375	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	125.772	4	31.443	31.550	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	34.143	4	8.536	8.565	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	2.767	4	.692	.694	.596
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.250	4	.313	.314	.869
	มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย	32.821	4	8.205	8.233	.000
	ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา	11.499	4	2.875	2.885	.022
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย	20.679	4	5.170	5.187	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	6.260	4	1.565	1.570	.182
	Model	235.192	32	7.350	7.375	.000
Residual	367.753	369	.997			
Total	602.945	401	1.504			

a. เป้าหมายหลัก by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เป้าหมายหลัก by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	.625	.390

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุม

สมุนไพรรไทย 4. ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา 5. พัฒนายาสมุนไพรรไทย มีผลต่อ ลูกค้ำเป้ำหมายหลักกับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .390 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .390

ตารางที่ 4.51 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การรู้จักสมุนไพรรไทย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv21 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)



ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รู้จักสมุนไพรรไทย	(Combined)	36.903	32	1.153	1.778	.007
	อยากรให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย	8.731	4	2.183	3.365	.010
	อยากรให้สมุนไพรรมีบทบาทมากขึ้น	1.370	4	.342	.528	.715
	ดูแลสุขภาพด้วยแพรรย์แผนไทย	1.012	4	.253	.390	.816
	มีระบบบริการมากขึ้น	3.330	4	.833	1.283	.276
	มีการควบคุมสมุนไพรรไทย	2.054	4	.514	.792	.531
	ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา	4.237	4	1.059	1.633	.165
	พัฒนายาสมุนไพรรไทย	2.138	4	.534	.824	.511
	พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น	14.030	4	3.508	5.407	.000
	Model	36.903	32	1.153	1.778	.007
Residual	239.378	369	.649			
Total	276.281	401	.689			

a. รู้จักสมุนไพรรไทย by อยากรให้ดูแลสมุนไพรรที่ขาย อยากรให้สมุนไพรรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพรรย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรรไทย ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรรไทย พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
รู้จักสมุนไพรไทย by อยากรู้ให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.365	.134

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากรู้ให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น มีผลต่อ การรู้จักสมุนไพรไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .134 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .134

ตารางที่ 4.52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายรอง ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

variables =dv22 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เป้าหมายรอง	(Combined)	65.639	32	2.051	4.392	.000
	อยากรู้ให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	10.581	4	2.645	5.664	.000
	อยากรู้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	5.281	4	1.320	2.827	.025
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	10.281	4	2.570	5.504	.000
	มีระบบบริการมากขึ้น	2.839	4	.710	1.520	.196
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	15.865	4	3.966	8.493	.000
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	9.516	4	2.379	5.094	.001
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	4.732	4	1.183	2.533	.040
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	6.543	4	1.636	3.503	.008
Model	65.639	32	2.051	4.392	.000	
Residual	172.322	369	.467			
Total	237.960	401	.593			

- a. เป้าหมายรอง by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย ใช้สมุนไพรมีเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสุมุนไพรมีไทย พัฒนายาสุมุนไพรมีไทยและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เป้าหมายรอง by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย ใช้สมุนไพรมีเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสุมุนไพรมีไทย พัฒนายาสุมุนไพรมีไทยและยาอื่น	.525	.276

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย 5. ใช้สมุนไพรมีเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสุมุนไพรมีไทย 7. พัฒนายาสุมุนไพรมีไทยและยาอื่น มีผลต่อ เป้าหมายรอง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .276 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .276

ตารางที่ 4.53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กลุ่มชอบสมุนไพรมีไทย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv23 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ชอบสมุนไพรมี	Main Effects	(Combined)	100.491	32	3.140	2.792	.000
		อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	49.652	4	12.413	11.037	.000
		อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	7.558	4	1.889	1.680	.154
		ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	5.636	4	1.409	1.253	.288

	มีระบบบริการมากขึ้น	6.012	4	1.503	1.336	.256
	มีการควบคุมสมุนไพรไทย	9.500	4	2.375	2.112	.079
	ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	13.459	4	3.365	2.992	.019
	พัฒนายาสมุนไพรไทย	7.930	4	1.982	1.763	.136
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.745	4	.186	.166	.956
	Model	100.491	32	3.140	2.792	.000
	Residual	414.984	369	1.125		
	Total	515.475	401	1.285		

- a. ขอบสมุนไพร by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ขอบสมุนไพร by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.442	.195

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ กลุ่มขอบสมุนไพรไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .195 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .195

ตารางที่ 4.54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ สรรพคุณ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv16 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

	Hierarchical Method				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สรรพ Main (Combined)	191.935	32	5.998	7.436	.000
คุณ Effects อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	56.576	4	14.144	17.535	.000

อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	10.627	4	2.657	3.294	.011
ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	9.068	4	2.267	2.810	.025
มีระบบบริการมากขึ้น	2.914	4	.729	.903	.462
มีการควบคุมสมุนไพรรไทย	87.121	4	21.780	27.002	.000
ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา	15.667	4	3.917	4.856	.001
พัฒนายาสมุนไพรรไทย	3.105	4	.776	.962	.428
พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น	6.857	4	1.714	2.125	.077
Model	191.935	32	5.998	7.436	.000
Residual	297.640	369	.807		
Total	489.575	401	1.221		

a. สรรพคุณ byอยากให้ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรรไทย ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรรไทย พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สรรพคุณ by อยากให้ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรรไทย ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรรไทย พัฒนายาสมุนไพรรไทยและยาอื่น	.626	.392

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรรไทย 5. ใช้สมุนไพรรเพื่อยับยั้งปัญหา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .392 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .392

ตารางที่ 4.55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ยา ที่มีผลมาจากการขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv24 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผลสัมฤทธิ์ ของ เกษตรกร	(Combined)	102.082	32	3.190	2.704	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	34.495	4	8.624	7.311	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	1.728	4	.432	.366	.833
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	6.897	4	1.724	1.462	.213
	Main Effects	13.678	4	3.419	2.899	.022
	มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย	21.563	4	5.391	4.570	.001
	ใช้สมุนไพรมีที่ขาย	15.083	4	3.771	3.197	.013
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขาย	4.204	4	1.051	.891	.469
	พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	4.434	4	1.108	.940	.441
	Model	102.082	32	3.190	2.704	.000
Residual	435.284	369	1.180			
Total	537.366	401	1.340			

a. ผลสัมฤทธิ์ของเกษตรกร by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขาย พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขาย พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ผลสัมฤทธิ์ของเกษตรกร by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขาย พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขาย พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	.436	.190

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. มีระบบบริการมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย 4. ใช้สมุนไพรมีที่ขาย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลสัมฤทธิ์ กลุ่มความต้องการยาชุดโบราณกับการขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .190 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .190

ตารางที่ 4.56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผลลัพธ์ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv13 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สรรรพคุณ	(Combined)	231.319	32	7.229	8.190	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ	53.948	4	13.487	15.281	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น	15.248	4	3.812	4.319	.002
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	2.351	4	.588	.666	.616
	มีระบบบริการมากขึ้น	.670	4	.168	.190	.944
	มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ	139.770	4	34.942	39.590	.000
	ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา	11.471	4	2.868	3.249	.012
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ	4.358	4	1.089	1.234	.296
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	3.504	4	.876	.993	.411
	Model	231.319	32	7.229	8.190	.000
Residual	325.679	369	.883			
Total	556.998	401	1.389			

a. ผลลัพธ์ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ผลลัพธ์ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	.644	.415

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ 2. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ 4. ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา มีผลต่อ ผลลัพธ์ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .415 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .415

ตารางที่ 4.57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การจัดจำหน่าย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv34 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การจัดจำหน่าย	(Combined)	336.437	32	10.514	8.868	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	43.488	4	10.872	9.171	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	18.338	4	4.585	3.867	.004
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	16.812	4	4.203	3.545	.007
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.807	4	.452	.381	.822
	มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย	181.014	4	45.254	38.171	.000
	ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา	59.679	4	14.920	12.585	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมีไทย	11.883	4	2.971	2.506	.042
	พัฒนายาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น	3.416	4	.854	.720	.578
	Model	336.437	32	10.514	8.868	.000
Residual	437.463	369	1.186			
Total	773.900	401	1.930			

a. การจัดจำหน่าย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีไทย พัฒนายาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การจัดจำหน่าย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีไทย พัฒนายาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น	.659	.435

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือ 2. อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือที่มีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือ 5. ใช้สมุนไพรมะเขือเพื่อแก้ปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรมะเขือ มีผลต่อการ จัดจำหน่าย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .435 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .435

ตารางที่ 4.58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ความคุ้มค่า ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทาง การตลาด

VARIABLES=dv36 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ค้ำค่า	(Combined)	240.768	32	7.524	9.257	.000
	อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือ	115.873	4	28.968	35.639	.000
	อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือที่มีบทบาทมากขึ้น	4.243	4	1.061	1.305	.268
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	6.851	4	1.713	2.107	.079
	Main Effects	1.516	4	.379	.466	.761
	มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือ	43.020	4	10.755	13.232	.000
	ใช้สมุนไพรมะเขือเพื่อแก้ปัญหา	64.840	4	16.210	19.943	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมะเขือ	1.960	4	.490	.603	.661
	พัฒนายาสมุนไพรมะเขือและยาอื่น	2.465	4	.616	.758	.553
	Model	240.768	32	7.524	9.257	.000
Residual	299.931	369	.813			
Total	540.699	401	1.348			

a. ค้ำค่า by อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือ อยากรู้ดูแลสมุนไพรมะเขือที่มีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบ บริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือ ใช้สมุนไพรมะเขือเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมะเขือ พัฒนายาสมุนไพรมะเขือและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คุ่มค่า by อยากรให้ดูแลสมุนไพรมที่ขาย อยากรให้สมุนไพรมมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมไทย ใช้สมุนไพรมเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมไทย พัฒนายาสมุนไพรมไทยและยาอื่น	.667	.445

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากรให้ดูแลสมุนไพรมที่ขาย 2. อยากรให้สมุนไพรมมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมไทย 5. ใช้สมุนไพรมเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรมไทย 7. พัฒนายาสมุนไพรมไทยและยาอื่น มีผลต่อ ความคุ่มค่า กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .445 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .445

ตารางที่ 4.59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= dv11 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ส่วน ประสม ทาง การตลาด	Main Effects	(Combined)	234.771	32	7.337	6.618	.000
		อยากรให้ดูแลสมุนไพรมที่ขาย	30.365	4	7.591	6.848	.000
		อยากรให้สมุนไพรมมีบทบาทมากขึ้น	14.803	4	3.701	3.339	.011
		ดูแลสุขภาพด้วยแพทยแผนไทย	21.141	4	5.285	4.768	.001
		มีระบบบริการมากขึ้น	1.180	4	.295	.266	.900
		มีการควบคุมสมุนไพรมไทย	121.965	4	30.491	27.507	.000
		ใช้สมุนไพรมเพื่อยับยั้งปัญหา	13.594	4	3.398	3.066	.017
		พัฒนายาสมุนไพรมไทย	19.224	4	4.806	4.336	.002
		พัฒนายาสมุนไพรมไทยและยาอื่น	12.499	4	3.125	2.819	.025
Model		234.771	32	7.337	6.618	.000	

Residual	409.040	369	1.109		
Total	643.811	401	1.606		

a. ส่วนประสมทางการตลาด by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ส่วนประสมทางการตลาด by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.604	.365

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรไทย 5. ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา 6. พัฒนายาสมุนไพรไทย 7. พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .365 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .365

ตารางที่ 4.60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การขาย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv31 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
การขาย	Main Effects	(Combined)	367.543	32	11.486	1.503	.042
		อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย	109.088	4	27.272	3.569	.007
		อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	13.900	4	3.475	.455	.769
		ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	22.622	4	5.655	.740	.565
		มีระบบบริการมากขึ้น	.649	4	.162	.021	.999
		มีการควบคุมสมุนไพรไทย	171.244	4	42.811	5.602	.000
		ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	15.023	4	3.756	.491	.742

	พัฒนายาสมุนไพรไทย	2.295	4	.574	.075	.990
	พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	32.723	4	8.181	1.070	.371
	Model	367.543	32	11.486	1.503	.042
	Residual	2820.03	1	369	7.642	
	Total	3187.57	5	401	7.949	

a. การขาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การขาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	.340	.115

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .042 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. มีการควบคุมสมุนไพรไทย มีผลต่อ การขาย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .115 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .115

ตารางที่ 4.61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คำบอกเล่า ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= dv32 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คำบอกเล่า	(Combined)	349.598	32	10.925	11.651	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศ	46.785	4	11.696	12.473	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	10.197	4	2.549	2.719	.030
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	7.049	4	1.762	1.879	.113
	มีระบบบริการมากขึ้น	3.768	4	.942	1.005	.405
	มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือเทศ	261.780	4	65.445	69.792	.000
	ใช้สมุนไพรมะเขือเทศแก้ปัญหา	9.969	4	2.492	2.658	.033
	พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศ	4.759	4	1.190	1.269	.282
	พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศและยาอื่น	5.290	4	1.323	1.410	.230
	Model	349.598	32	10.925	11.651	.000
Residual	346.014	369	.938			
Total	695.612	401	1.735			

a. คำบอกเล่า by อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศ อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือเทศ ใช้สมุนไพรมะเขือเทศแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศ พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คำบอกเล่า by อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศ อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือเทศ ใช้สมุนไพรมะเขือเทศแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศ พัฒนายาสมุนไพรมะเขือเทศและยาอื่น	.709	.503

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมะเขือเทศ 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรมะเขือเทศ 4. ใช้สมุนไพรมะเขือเทศแก้ปัญหา มีผลต่อ คำบอกเล่า กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .503 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .503

ตารางที่ 4.62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผู้ชาย ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv33 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผู้ขาย	(Combined)	255.451	32	7.983	6.363	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมืออาชีพ	53.293	4	13.323	10.620	.000
	อยากให้สมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น	35.782	4	8.946	7.130	.000
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	10.143	4	2.536	2.021	.091
	มีระบบบริการมากขึ้น	.988	4	.247	.197	.940
	มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ	101.972	4	25.493	20.320	.000
	ใช้สมุนไพรมืออาชีพเพื่อแก้ปัญหา	40.501	4	10.125	8.070	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ	7.674	4	1.919	1.529	.193
	พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	5.097	4	1.274	1.016	.399
	Model	255.451	32	7.983	6.363	.000
Residual	462.950	369	1.255			
Total	718.400	401	1.792			

- a. ผู้ขาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้สมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ผู้ขาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้สมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพ พัฒนายาสมุนไพรมืออาชีพและยาอื่น	.596	.356

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้รัฐอยากให้ดูแลสมุนไพรมืออาชีพ 2. อยากให้สมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ 4. ใช้สมุนไพรมืออาชีพเพื่อแก้ปัญหา มีผลต่อ ผู้ขาย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .356 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .356

ตารางที่ 4.63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การบริการ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES= dv35 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		196.482	32	6.140	5.861	.000
การบริการ	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ	55.016	4	13.754	13.128	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น	16.951	4	4.238	4.045	.003
	Main Effect	14.230	4	3.557	3.395	.010
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.413	4	.353	.337	.853
	มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ	94.610	4	23.653	22.576	.000
	ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา	5.443	4	1.361	1.299	.270
	พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพ	4.100	4	1.025	.978	.419
	พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพและยาอื่น	4.720	4	1.180	1.126	.344
	Model	196.482	32	6.140	5.861	.000
	Residual	386.592	369	1.048		
Total	583.075	401	1.454			

a. การบริการ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพ พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การบริการ by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพ อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพมากขึ้น คุณดูแลสมุนไพรมืออาชีพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมืออาชีพ ใช้สมุนไพรมืออาชีพแก้ปัญหา พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพ พัฒนาศูนย์บริการมืออาชีพและยาอื่น	.580	.337

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีผลต่อ การบริการ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .337 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .337

ตารางที่ 4.64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การบริการมาตรฐาน ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=dv14 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
บริการมาตรฐาน by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีผลต่อ การบริการ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขาย พัฒนาศูนย์สมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	.572	.327

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีผลต่อ การบริการมาตรฐาน กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .327 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .327

ตารางที่ 4.65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านกระบวนการ ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv37 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กระบวนการ	(Combined)	210.092	32	6.565	6.677	.000
	อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	54.708	4	13.677	13.909	.000
	อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	16.364	4	4.091	4.160	.003
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	10.365	4	2.591	2.635	.034
	Main Effects	2.171	4	.543	.552	.698
	มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย	92.224	4	23.056	23.446	.000
	ใช้สมุนไพรมีที่ขายยังปัญหา	26.022	4	6.506	6.616	.000
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย	4.856	4	1.214	1.235	.296
	พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	3.382	4	.846	.860	.488
	Model	210.092	32	6.565	6.677	.000
Residual	362.856	369	.983			
Total	572.948	401	1.429			

a. กระบวนการ by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายยังปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ความรู้สมุนไพรมีที่ขาย by อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย ใช้สมุนไพรมีที่ขายยังปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขาย พัฒนายาสมุนไพรมีที่ขายและยาอื่น	.606	.367

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้ดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้สมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีที่ขาย 5. ใช้สมุนไพรมีที่ขายยังปัญหา มีผลต่อ กระบวนการ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .367 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .367

ตารางที่ 4.66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กระบวนการสมุนไพรมีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv38 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)



ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กระบวนการสมุนไพรมีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด	(Combined)	270.539	32	8.454	7.328	.000
	อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย	66.628	4	16.657	14.438	.000
	อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	10.355	4	2.589	2.244	.064
	ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	11.170	4	2.793	2.421	.048
	มีระบบบริการมากขึ้น	1.351	4	.338	.293	.883
	มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย	143.535	4	35.884	31.103	.000
	ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา	21.442	4	5.361	4.646	.001
	พัฒนายาสมุนไพรมีไทย	6.565	4	1.641	1.423	.226
	พัฒนายาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น	9.493	4	2.373	2.057	.086
	Model	270.539	32	8.454	7.328	.000
Residual	425.712	369	1.154			
Total	696.251	401	1.736			

a. กระบวนการสมุนไพรมีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด โดย อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา พัฒนายาสมุนไพรมีไทย พัฒนายาสมุนไพรมีไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรมีที่ขาย 2. อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. มีการควบคุมสมุนไพรมีไทย 5. ใช้สมุนไพรมีเพื่อแก้ปัญหา มีผลต่อ กระบวนการสมุนไพรมีไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .389 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .389

ตารางที่ 4.67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กระบวนการปรุงสมุนไพร ที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด

VARIABLES=iv39 BY dv52(1 5) dv53(1 5) dv54(1 5) dv55(1 5) dv44(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
กระบวนการปรุงสมุนไพร	Main Effects	(Combined)	219.736	32	6.867	5.757	.000
		อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย	81.831	4	20.458	17.152	.000
		อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น	20.951	4	5.238	4.391	.002
		ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย	4.587	4	1.147	.961	.429
		มีระบบบริการมากขึ้น	2.196	4	.549	.460	.765
		มีการควบคุมสมุนไพรไทย	80.731	4	20.183	16.921	.000
		ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา	9.577	4	2.394	2.007	.093
		พัฒนายาสมุนไพรไทย	10.337	4	2.584	2.167	.072
		พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น	9.526	4	2.382	1.997	.094
		Model	219.736	32	6.867	5.757	.000
	Residual	440.127	369	1.193			
	Total	659.863	401	1.646			

a. กระบวนการปรุงสมุนไพร by อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น ดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย มีระบบบริการมากขึ้น มีการควบคุมสมุนไพรไทย ใช้สมุนไพรเพื่อยับยั้งปัญหา พัฒนายาสมุนไพรไทย พัฒนายาสมุนไพรไทยและยาอื่น

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. อยากให้คุณดูแลสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้คุณสมุนไพรมีบทบาทมากขึ้น 3. มีการควบคุมสมุนไพรไทย มีผลต่อ กระบวนการปรุงสมุนไพร กับ การขยายโอกาสทางการตลาด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .333 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .333

ตารางที่ 4.68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ลูกค้ำ ที่มีผลมาจาก วัตถุประสงค์กิจการ
 VARIABLES=iv61 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ลูกค้ำ	(Combined)	148.773	32	4.649	4.496	.000	
	ประโยชน์	52.174	4	13.043	12.613	.000	
	คุณภาพ	28.599	4	7.150	6.914	.000	
	มาตรฐาน	10.771	4	2.693	2.604	.036	
	Main Effects	การใช้	2.016	4	.504	.487	.745
	สมุนไพรม	14.943	4	3.736	3.612	.007	
	สมุนไพรมแบบควบคุม	24.602	4	6.151	5.947	.000	
	สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง	6.120	4	1.530	1.480	.208	
	สมุนไพรมไทยและอื่นๆ	9.547	4	2.387	2.308	.058	
	Model	148.773	32	4.649	4.496	.000	
Residual	381.605	369	1.034				
Total	530.378	401	1.323				

a. ลูกค้ำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพรม สมุนไพรมแบบควบคุม สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง สมุนไพรมไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้ำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพรม สมุนไพรมแบบควบคุม สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง สมุนไพรมไทยและอื่นๆ	.530	.281

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1.ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. สมุนไพรม 5. สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง ที่มีผลต่อ ลูกค้ำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .281 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .281

ตารางที่ 4.69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES=iv62 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)



ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
กลยุทธ์ การตลาด	(Combined)	95.761	32	2.993	3.189	.000	
	ประโยชน์	24.179	4	6.045	6.442	.000	
	คุณภาพ	18.083	4	4.521	4.818	.001	
	มาตรฐาน	7.196	4	1.799	1.917	.107	
	Main Effects	การใช้	4.937	4	1.234	1.315	.264
	สมุนไพร	9.958	4	2.489	2.653	.033	
	สมุนไพรแบบควบคุม	6.265	4	1.566	1.669	.156	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	3.755	4	.939	1.000	.407	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	21.389	4	5.347	5.699	.000	
	Model	95.761	32	2.993	3.189	.000	
Residual	346.251	369	.938				
Total	442.012	401	1.102				

a. กลยุทธ์การตลาด by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
กลยุทธ์การตลาด by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.465	.217

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร ที่มีผลต่อ ลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .217 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .217

ตารางที่ 4.70 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คู่แข่ง ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES=iv42 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
คู่แข่ง	(Combined)	122.021	32	3.813	3.606	.000
	ประโยชน์	20.952	4	5.238	4.954	.001
	คุณภาพ	20.781	4	5.195	4.914	.001
	มาตรฐาน	7.429	4	1.857	1.756	.137
	Main Effects	8.240	4	2.060	1.948	.102
	สมุนไพร	19.053	4	4.763	4.505	.001
	สมุนไพรแบบควบคุม	19.495	4	4.874	4.609	.001
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	3.164	4	.791	.748	.560
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	22.908	4	5.727	5.416	.000
	Model	122.021	32	3.813	3.606	.000
Residual	390.159	369	1.057			
Total	512.179	401	1.277			

a. คู่แข่ง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

d. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คู่แข่ง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.488	.238

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรเพื่อยับยั้ง ที่มีผลต่อ คู่แข่ง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .238 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .238

ตารางที่ 4.71 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้านกลยุทธ์ ที่มีผลมาจาก กิจกรรม

VARIABLES=iv41 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านกลยุทธ์	(Combined)	250.055	32	7.814	7.402	.000
	ประโยชน์	148.895	4	37.224	35.260	.000
	คุณภาพ	36.113	4	9.028	8.552	.000
	มาตรฐาน	20.589	4	5.147	4.876	.001
	การใช้	4.254	4	1.064	1.007	.403
	สมุนไพร	21.583	4	5.396	5.111	.001
	สมุนไพรแบบควบคุม	4.361	4	1.090	1.033	.390
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	6.411	4	1.603	1.518	.196
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	7.849	4	1.962	1.859	.117
Model	250.055	32	7.814	7.402	.000	
Residual	389.547	369	1.056			
Total	639.602	401	1.595			

a. ด้านกลยุทธ์ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
กลยุทธ์ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพร เพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.625	.391

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. สมุนไพร ที่มีผลต่อ กลยุทธ์ กับ กลยุทธ์ ด้านสารมีพิษ ตกค้างน้อยกว่าเครื่องสำอางสารเคมี

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .391 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .391

ตารางที่ 4.72 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การแก้ปัญหา ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES=iv44 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
แก้ปัญหา	(Combined)	139.942	32	4.373	5.066	.000	
	ประโยชน์	20.044	4	5.011	5.805	.000	
	คุณภาพ	10.943	4	2.736	3.169	.014	
	มาตรฐาน	7.952	4	1.988	2.303	.058	
	Main Effects	การใช้	26.583	4	6.646	7.699	.000
	สมุนไพร	4.083	4	1.021	1.182	.318	
	สมุนไพรแบบควบคุม	41.893	4	10.473	12.133	.000	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	3.455	4	.864	1.001	.407	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	24.989	4	6.247	7.237	.000	
	Model	139.942	32	4.373	5.066	.000	
Residual	318.536	369	.863				
Total	458.478	401	1.143				

- a. แก้ปัญหา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การแก้ปัญหา ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.552	.305

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรเพื่อยับยั้ง 5. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ การแก้ปัญหา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .305 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .305

ตารางที่ 4.73 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ สรรพคุณชัดเจน ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES= dv45 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สรรพคุณ	(Combined)	195.230	32	6.101	6.729	.000
	ประโยชน์	118.614	4	29.654	32.704	.000
	คุณภาพ	13.716	4	3.429	3.782	.005
	Main มาตรฐาน	11.493	4	2.873	3.169	.014
	Effects การใช้	7.243	4	1.811	1.997	.094
	สมุนไพร	24.379	4	6.095	6.722	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	11.509	4	2.877	3.173	.014
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	1.744	4	.436	.481	.750

สมุนไพรรไทยและอื่นๆ	6.532	4	1.633	1.801	.128
Model	195.230	32	6.101	6.729	.000
Residual	334.581	369	.907		
Total	529.811	401	1.321		

a. สรรพคุณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สรรพคุณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.607	.368

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพรเพื่อการยับยั้ง ที่มีผลต่อ วิธี กับ สรรพคุณ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .368 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .368

ตารางที่ 4.74 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การรักษา ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES= dv51 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การรักษา	Main Effects	(Combined)	78.143	32	2.442	2.381	.000
		ประโยชน์	19.225	4	4.806	4.687	.001
		คุณภาพ	8.579	4	2.145	2.092	.081
		มาตรฐาน	3.746	4	.937	.913	.456

	การใช้	15.875	4	3.969	3.870	.004
	สมุนไพร	5.180	4	1.295	1.263	.284
	สมุนไพรแบบควบคุม	7.328	4	1.832	1.787	.131
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	5.505	4	1.376	1.342	.254
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	12.704	4	3.176	3.097	.016
	Model	78.143	32	2.442	2.381	.000
	Residual	378.385	369	1.025		
	Total	456.527	401	1.138		

a. การรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.414	.171

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. การใช้ ที่มีผลต่อ วิธี การรักษา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .171 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .171

ตารางที่ 4.75 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ความมั่นใจ ที่มีผลมาจาก กิจการ

VARIABLES=iv52 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความมั่นใจ	Main (Combined)	118.396	32	3.700	4.029	.000
	Effects ประโยชน์	22.526	4	5.632	6.132	.000

คุณภาพ	9.362	4	2.341	2.549	.039
มาตรฐาน	4.255	4	1.064	1.158	.329
การใช้	7.431	4	1.858	2.023	.091
สมุนไพร	19.913	4	4.978	5.421	.000
สมุนไพรแบบควบคุม	12.691	4	3.173	3.455	.009
สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	6.083	4	1.521	1.656	.160
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	36.135	4	9.034	9.837	.000
Model	118.396	32	3.700	4.029	.000
Residual	338.880	369	.918		
Total	457.276	401	1.140		

a. ความมั่นใจ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ความมั่นใจ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.509	.259

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรเพื่อการยับยั้ง ที่มีผลต่อ วิธี กับ ความมั่นใจ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .259 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .259

ตารางที่ 4.76 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คุณค่า ที่มีผลมาจาก กิจกรรม

VARIABLES= dv43 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
คุณค่า	(Combined)	94.836	32	2.964	3.525	.000	
	ประโยชน์	31.134	4	7.784	9.257	.000	
	คุณภาพ	9.959	4	2.490	2.961	.020	
	มาตรฐาน	9.111	4	2.278	2.709	.030	
	Main Effects	การใช้	2.273	4	.568	.676	.609
	สมุนไพร	3.610	4	.902	1.073	.369	
	สมุนไพรแบบควบคุม	12.901	4	3.225	3.836	.005	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	2.952	4	.738	.878	.477	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	22.896	4	5.724	6.808	.000	
	Model	94.836	32	2.964	3.525	.000	
Residual	310.259	369	.841				
Total	405.095	401	1.010				

a. คุณค่า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คุณค่า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.484	.234

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ คุณค่า กับ กิจกรรม

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .234 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .234

ตารางที่ 4.77 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การรักษา ที่มีผลมาจาก กิจกรรม

VARIABLES= dv47 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
การรักษา	Main Effects	(Combined)	123.127	32	3.848	5.301	.000
		ประโยชน์	64.783	4	16.196	22.315	.000
		คุณภาพ	7.568	4	1.892	2.607	.036
		มาตรฐาน	3.918	4	.979	1.349	.251
		การใช้	15.272	4	3.818	5.261	.000
		สมุนไพร	2.967	4	.742	1.022	.396
		สมุนไพรแบบควบคุม	9.845	4	2.461	3.391	.010
		สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	.823	4	.206	.283	.889
		สมุนไพรไทยและอื่นๆ	17.950	4	4.488	6.183	.000
		Model	123.127	32	3.848	5.301	.000
	Residual	267.819	369	.726			
	Total	390.945	401	.975			

a. การรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.561	.315

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. การใช้ 4. สมุนไพรเพื่อยับยั้ง 5. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ กิจการ กับ การรักษา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .315 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .315

ตารางที่ 4.78 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การสร้าง ที่มีผลมาจาก กิจกรรม

VARIABLES=iv24 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
การสร้าง	(Combined)	213.928	32	6.685	7.657	.000	
	ประโยชน์	41.702	4	10.426	11.941	.000	
	คุณภาพ	10.220	4	2.555	2.926	.021	
	มาตรฐาน	2.160	4	.540	.618	.650	
	Main Effects	การใช้	27.687	4	6.922	7.928	.000
	สมุนไพร	48.059	4	12.015	13.761	.000	
	สมุนไพรแบบควบคุม	50.431	4	12.608	14.440	.000	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	28.870	4	7.217	8.266	.000	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	4.798	4	1.200	1.374	.242	
	Model	213.928	32	6.685	7.657	.000	
Residual	322.174	369	.873				
Total	536.102	401	1.337				

a. การสร้าง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การสร้าง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.632	.399

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. การใช้ 4. สมุนไพร 5. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ กิจกรรม กับ การสร้าง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .399 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .399

ตารางที่ 4.79 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กลุ่มลูกค้า

VARIABLES=iv32 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค้า	(Combined)	124.431	32	3.888	2.002	.001
	ประโยชน์	56.410	4	14.103	7.259	.000
	คุณภาพ	8.246	4	2.062	1.061	.376
	มาตรฐาน	8.348	4	2.087	1.074	.369
	การใช้	6.606	4	1.651	.850	.494
	สมุนไพร	7.109	4	1.777	.915	.455
	สมุนไพรแบบควบคุม	16.730	4	4.182	2.153	.074
	สมุนไพรเพื่อยั้ง	12.666	4	3.167	1.630	.166
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	8.315	4	2.079	1.070	.371
	Model	124.431	32	3.888	2.002	.001
Residual	716.845	369	1.943			
Total	841.276	401	2.098			

a. ลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.385	.148

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้านกิจการ ที่มีผลต่อ ลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .148 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .148

ตารางที่ 4.80 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ กับ กลุ่มระดับลูกค้า

VARIABLES=iv34 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระดับ ลูกค้า	(Combined)	86.717	32	2.710	2.683	.000
	ประโยชน์	41.701	4	10.425	10.322	.000
	คุณภาพ	4.299	4	1.075	1.064	.374
	มาตรฐาน	1.959	4	.490	.485	.747
	Main Effects	10.433	4	2.608	2.583	.037
	สมุนไพร	8.702	4	2.175	2.154	.074
	สมุนไพรแบบควบคุม	7.443	4	1.861	1.842	.120
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	3.508	4	.877	.868	.483
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	8.671	4	2.168	2.146	.075
	Model	86.717	32	2.710	2.683	.000
Residual	372.686	369	1.010			
Total	459.403	401	1.146			

a. ระดับลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ระดับลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.434	.189

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน กิจการ ที่มีผลต่อ ระดับลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .189 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .189

ตารางที่ 4.81 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ กับ ประสบการณ์ลูกค้า

VARIABLES=iv35 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ประสบการณ์ลูกค้า	Main Effects					
	(Combined)	104.587	32	3.268	1.955	.002
	ประโยชน์	30.244	4	7.561	4.523	.001
	คุณภาพ	10.824	4	2.706	1.619	.169
	มาตรฐาน	23.809	4	5.952	3.560	.007
	การใช้	1.882	4	.471	.281	.890
	สมุนไพรม	4.428	4	1.107	.662	.619
	สมุนไพรมแบบควบคุม	1.818	4	.455	.272	.896
	สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง	15.609	4	3.902	2.334	.055
	สมุนไพรมไทยและอื่นๆ	15.971	4	3.993	2.388	.051
Model	104.587	32	3.268	1.955	.002	
Residual	616.918	369	1.672			
Total	721.505	401	1.799			

a. ประสบการณ์ลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพรม สมุนไพรมแบบควบคุม สมุนไพรมเพื่อยับยั้ง สมุนไพรมไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ประสบการณ์ลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่ออัยบยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.381	.145

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ประสบการณ์ลูกค้า ที่มีผลต่อ ประสบการณ์ลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .145 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .145

ตารางที่ 4.82 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ปัญหาลูกค้า

VARIABLES=iv11 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหา ลูกค้า	(Combined)	20.533	32	.642	1.642	.017
	Main					
	Effects					
	ประโยชน์	1.945	4	.486	1.244	.292
	คุณภาพ	1.220	4	.305	.781	.538
	มาตรฐาน	1.056	4	.264	.675	.609
	การใช้	4.083	4	1.021	2.612	.035
	สมุนไพร	.354	4	.088	.226	.924
	สมุนไพรแบบควบคุม	3.522	4	.881	2.253	.063
	สมุนไพรเพื่ออัยบยั้ง	4.639	4	1.160	2.967	.020
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	3.714	4	.929	2.376	.052	
Model	20.533	32	.642	1.642	.017	
Residual	144.213	369	.391			
Total	164.746	401	.411			

a. ปัญหาลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่ออัยบยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ปัญหาลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพร เพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.353	.125

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. การใช้ 2. สมุนไพรเพื่อยับยั้ง ที่มีผลต่อ ปัญหาลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .125 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .125

ตารางที่ 4.83 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ สารเคมี

VARIABLES=iv12 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สารเคมี	(Combined)	19.168	32	.599	1.551	.031
	ประโยชน์	2.454	4	.614	1.589	.177
	คุณภาพ	.926	4	.231	.599	.663
	มาตรฐาน	.320	4	.080	.207	.934
	Main Effects	3.726	4	.931	2.412	.049
	สมุนไพร	1.616	4	.404	1.046	.383
	สมุนไพรแบบควบคุม	4.103	4	1.026	2.656	.033
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	2.517	4	.629	1.629	.166
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	3.506	4	.876	2.269	.061
Model	19.168	32	.599	1.551	.031	
Residual	142.504	369	.386			
Total	161.672	401	.403			

a. สารเคมี by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
สารเคมี by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อ ยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.344	.119

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ สารเคมี

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .119 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .119

ตารางที่ 4.84 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ บริเวณ

VARIABLES=iv13 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
บริเวณ	(Combined)	36.419	32	1.138	1.674	.014
	Main Effects					
	ประโยชน์	13.228	4	3.307	4.865	.001
	คุณภาพ	5.875	4	1.469	2.161	.073
	มาตรฐาน	.797	4	.199	.293	.883
	การใช้	6.934	4	1.734	2.550	.039
	สมุนไพร	5.470	4	1.368	2.012	.092
	สมุนไพรแบบควบคุม	.238	4	.060	.088	.986
	สมุนไพรเพื่อยั้ง	2.883	4	.721	1.060	.376
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.994	4	.248	.365	.833
Model	36.419	32	1.138	1.674	.014	
Residual	250.855	369	.680			
Total	287.274	401	.716			

a. บริเวณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
บริเวณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.356	.127

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ ที่มีผลต่อ บริเวณ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .127 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .127

ตารางที่ 4.85 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ลูกคำเป้าหมาย

VARIABLES=iv14 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกคำ เป้าหมาย	(Combined)	357.972	32	11.187	8.995	.000
	Main Effects					
	ประโยชน์	71.005	4	17.751	14.274	.000
	คุณภาพ	11.024	4	2.756	2.216	.067
	มาตรฐาน	6.852	4	1.713	1.377	.241
	การใช้	14.406	4	3.601	2.896	.022
	สมุนไพร	124.089	4	31.022	24.945	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	66.472	4	16.618	13.362	.000
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	54.199	4	13.550	10.895	.000
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	9.925	4	2.481	1.995	.095
Model	357.972	32	11.187	8.995	.000	
Residual	458.906	369	1.244			
Total	816.878	401	2.037			

- a. ลูกค้าเป้าหมาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้าเป้าหมาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.662	.438

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. สมุนไพร 3. สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง 4. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ ลูกค้าเป้าหมาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .438 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .438

ตารางที่ 4.86 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ลูกค้าเป้าหมายรอง

VARIABLES=iv15 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค้าเป้าหมาย รอง	(Combined)	272.289	32	8.509	8.794	.000
	Main					
	Effects					
	ประโยชน์	137.578	4	34.395	35.546	.000
	คุณภาพ	27.235	4	6.809	7.037	.000
	มาตรฐาน	2.745	4	.686	.709	.586
	การใช้	7.020	4	1.755	1.814	.125
	สมุนไพร	45.683	4	11.421	11.803	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	12.412	4	3.103	3.207	.013
	สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง	6.610	4	1.653	1.708	.148
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	33.005	4	8.251	8.528	.000	
Model	272.289	32	8.509	8.794	.000	
Residual	357.044	369	.968			
Total	629.333	401	1.569			

- a. ลูกค่าเป้าหมายรอง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค่าเป้าหมายรอง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.658	.433

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรเพื่อยับยั้ง 5. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ ลูกค่าเป้าหมายรอง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .433 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .433

ตารางที่ 4.87 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ลูกค่าเป้าหมายหลัก

VARIABLES=iv16 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ลูกค่าเป้าหมายหลัก	(Combined)	190.239	32	5.945	5.315	.000
	ประโยชน์	87.803	4	21.951	19.626	.000
	คุณภาพ	4.971	4	1.243	1.111	.351
	มาตรฐาน	1.461	4	.365	.327	.860
	การใช้	10.856	4	2.714	2.427	.048
	สมุนไพร	31.893	4	7.973	7.129	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	17.397	4	4.349	3.889	.004
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	16.349	4	4.087	3.654	.006
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	19.510	4	4.877	4.361	.002

Model	190.239	32	5.945	5.315	.000
Residual	412.706	369	1.118		
Total	602.945	401	1.504		

a. ลูกค้ำเป้าหมายหลัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ลูกค้ำเป้าหมายหลัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.562	.316

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. การใช้ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรแบบควบคุม 5. สมุนไพรเพื่อยั้ง 6. สมุนไพรไทย และอื่นๆ ที่มีผลต่อ ลูกค้ำเป้าหมายหลัก

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .316 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .316

ตารางที่ 4.88 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ลูกค้ำเป้าหมายหลัก

VARIABLES= dv21 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การรู้จัก	(Combined)	43.564	32	1.361	2.159	.000
	Main Effects					
	ประโยชน์	4.450	4	1.112	1.764	.135
	คุณภาพ	1.927	4	.482	.764	.549
	มาตรฐาน	1.453	4	.363	.576	.680
	การใช้	.718	4	.179	.284	.888
	สมุนไพร	6.545	4	1.636	2.594	.036
	สมุนไพรแบบควบคุม	7.779	4	1.945	3.084	.016

	สมุนไพรเพื่อยั้ง	2.963	4	.741	1.175	.322
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	17.730	4	4.432	7.028	.000
	Model	43.564	32	1.361	2.159	.000
	Residual	232.717	369	.631		
	Total	276.281	401	.689		

a. การรู้จัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การรู้จัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.397	.158

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. สมุนไพร 2. สมุนไพรแบบควบคุม 3. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ การรู้จัก

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .158 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .158

ตารางที่ 4.89 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ด้รับการรักษา

VARIABLES=dv22 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	67.358	32	2.105	4.553	.000
ด้รับการ รักษา	Main	18.317	4	4.579	9.904	.000
	Effects	2.078	4	.519	1.123	.345
	ประโยชน์	3.995	4	.999	2.160	.073
	คุณภาพ	16.728	4	4.182	9.045	.000
	มาตรฐาน การใช้					

	สมุนไพร	8.799	4	2.200	4.758	.001
	สมุนไพรแบบควบคุม	9.250	4	2.312	5.002	.001
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	3.507	4	.877	1.896	.110
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	4.684	4	1.171	2.533	.040
	Model	67.358	32	2.105	4.553	.000
	Residual	170.602	369	.462		
	Total	237.960	401	.593		

a. รับการรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
รับการรักษา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.532	.283

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. การใช้ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรแบบควบคุม 5. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ รับการรักษา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .283 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .283

ตารางที่ 4.90 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ กับ การใช้สมุนไพร

VARIABLES=dv23 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การใช้	Main	(Combined)	124.710	32	3.897	3.680	.000
สมุนไพร	Effects	ประโยชน์	63.442	4	15.861	14.977	.000

คุณภาพ	26.225	4	6.556	6.191	.000
มาตรฐาน	3.638	4	.909	.859	.489
การใช้	5.451	4	1.363	1.287	.275
สมุนไพร	1.563	4	.391	.369	.831
สมุนไพรแบบควบคุม	13.922	4	3.481	3.287	.012
สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	8.720	4	2.180	2.059	.086
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	1.749	4	.437	.413	.799
Model	124.710	32	3.897	3.680	.000
Residual	390.765	369	1.059		
Total	515.475	401	1.285		

- a. การใช้สมุนไพร by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การใช้สมุนไพร by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.492	.242

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ การใช้สมุนไพร

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .242 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .242

ตารางที่ 4.91 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ การขายจริง

VARIABLES=dv16 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การขาย	Main	(Combined)	262.221	32	8.194	13.300	.000

จริง	Effects	ประโยชน์	155.699	4	38.925	63.176	.000
		คุณภาพ	30.749	4	7.687	12.477	.000
		มาตรฐาน	7.823	4	1.956	3.174	.014
		การใช้	21.777	4	5.444	8.836	.000
		สมุนไพร	33.775	4	8.444	13.704	.000
		สมุนไพรแบบควบคุม	9.295	4	2.324	3.772	.005
		สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	2.037	4	.509	.826	.509
		สมุนไพรไทยและอื่นๆ	1.066	4	.267	.433	.785
	Model		262.221	32	8.194	13.300	.000
	Residual		227.354	369	.616		
	Total		489.575	401	1.221		

a. การขายจริง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การขายจริง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.732	.536

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อผู้ขาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .536 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .536

ตารางที่ 4.92 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ กับ ยา

VARIABLES=dv24 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยา	(Combined)	128.085	32	4.003	3.609	.000
	ประโยชน์	30.103	4	7.526	6.785	.000
	คุณภาพ	13.254	4	3.313	2.987	.019
	Main Effects	6.103	4	1.526	1.376	.242
	การใช้	7.485	4	1.871	1.687	.152
	สมุนไพร	30.617	4	7.654	6.901	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	22.289	4	5.572	5.024	.001
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	8.806	4	2.202	1.985	.096
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	9.429	4	2.357	2.125	.077
	Model	128.085	32	4.003	3.609	.000
Residual	409.281	369	1.109			
Total	537.366	401	1.340			

- a. ยา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ยา by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.488	.238

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ ยา

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .238 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .238

ตารางที่ 4.93 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ผลลัพธ์

VARIABLES=dv13 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

	Hierarchical Method
--	---------------------

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ผลัดภัณ ท์	(Combined)	204.999	32	6.406	6.716	.000	
	ประโยชน์	93.280	4	23.320	24.446	.000	
	คุณภาพ	11.468	4	2.867	3.006	.018	
	มาตรฐาน	16.377	4	4.094	4.292	.002	
	Main Effects	การใช้	26.449	4	6.612	6.932	.000
	สมุนไพร	32.735	4	8.184	8.579	.000	
	สมุนไพรแบบควบคุม	15.894	4	3.973	4.165	.003	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	6.051	4	1.513	1.586	.177	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	2.744	4	.686	.719	.579	
	Model	204.999	32	6.406	6.716	.000	
Residual	351.998	369	.954				
Total	556.998	401	1.389				

- a. ผลัดภัณท์ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6.สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อผลัดภัณท์

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .368 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .368

ตารางที่ 4.94 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ การบรรจุ

VARIABLES=dv12 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การบรรจุ	(Combined)	267.791	32	8.368	9.281	.000
	ประโยชน์	123.072	4	30.768	34.124	.000
	คุณภาพ	56.682	4	14.171	15.716	.000
	Main	5.897	4	1.474	1.635	.165
	Effects	31.144	4	7.786	8.635	.000
	สมุนไพร	18.769	4	4.692	5.204	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	18.676	4	4.669	5.178	.000
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	4.992	4	1.248	1.384	.239
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	8.558	4	2.140	2.373	.052
	Model	267.791	32	8.368	9.281	.000
Residual	332.706	369	.902			
Total	600.498	401	1.498			

a. การบรรจุ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. การใช้ 4. สมุนไพร 5. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ การบรรจุ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .446 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .446

ตารางที่ 4.95 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ จัดจำหน่าย

VARIABLES=dv34 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
จัด	Main (Combined)	300.583	32	9.393	7.323	.000
จำหน่าย	Effects ประโยชน์	59.665	4	14.916	11.629	.000

คุณภาพ	12.174	4	3.043	2.373	.052
มาตรฐาน	4.356	4	1.089	.849	.495
การใช้	56.276	4	14.069	10.968	.000
สมุนไพร	88.126	4	22.032	17.176	.000
สมุนไพรแบบควบคุม	68.515	4	17.129	13.354	.000
สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	8.592	4	2.148	1.674	.155
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	2.880	4	.720	.561	.691
Model	300.583	32	9.393	7.323	.000
Residual	473.317	369	1.283		
Total	773.900	401	1.930		

a. จัดจำหน่าย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

e. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. การใช้ 3. สมุนไพร 4. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ จัดจำหน่าย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .388 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม . 388

ตารางที่ 4.96 แสดงความสัมพันธ์ กิจการ กับ มูลค่า

VARIABLES=dv36 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

		ANOVA ^{a,b}				
		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
มูลค่า	Main (Combined)	233.126	32	7.285	8.740	.000
	Effects ประโยชน์	53.431	4	13.358	16.026	.000
	คุณภาพ	33.758	4	8.439	10.125	.000

มาตรฐาน	16.322	4	4.081	4.896	.001
การใช้	10.629	4	2.657	3.188	.014
สมุนไพร	45.848	4	11.462	13.751	.000
สมุนไพรแบบควบคุม	61.032	4	15.258	18.305	.000
สมุนไพรเพื่อยั้ง	2.640	4	.660	.792	.531
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	9.464	4	2.366	2.839	.024
Model	233.126	32	7.285	8.740	.000
Residual	307.573	369	.834		
Total	540.699	401	1.348		

a. มูลค่า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม 7. สมุนไพรไทยและอื่นๆ ที่มีผลต่อ มูลค่า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .431 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .431

ตารางที่ 4.97 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม ค่าใช้จ่าย

VARIABLES=dv11 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5)
dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method				
Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

	(Combined)	289.723	32	9.054	9.435	.000
	ประโยชน์	110.555	4	27.639	28.803	.000
	คุณภาพ	50.491	4	12.623	13.154	.000
	มาตรฐาน	11.648	4	2.912	3.035	.018
ค่าใช้จ่ าย	Main Effects การใช้	77.677	4	19.419	20.237	.000
	สมุนไพร	19.093	4	4.773	4.974	.001
	สมุนไพรแบบควบคุม	6.879	4	1.720	1.792	.130
	สมุนไพรเพื่อยั้ง	11.175	4	2.794	2.911	.022
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	2.203	4	.551	.574	.682
	Model	289.723	32	9.054	9.435	.000
	Residual	354.088	369	.960		
	Total	643.811	401	1.606		

a. ค่าใช้จ่ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ ค่าใช้จ่

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .450 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .450

ตารางที่ 4.98 แสดงความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การขาย

VARIABLES=dv31 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การขาย	Main Effects	(Combined)	471.367	32	14.730	2.001	.001
		ประโยชน์	234.842	4	58.711	7.976	.000
		คุณภาพ	36.287	4	9.072	1.232	.297

มาตรฐาน	11.504	4	2.876	.391	.815
การใช้	64.862	4	16.215	2.203	.068
สมุนไพร	37.697	4	9.424	1.280	.277
สมุนไพรแบบควบคุม	25.626	4	6.407	.870	.482
สมุนไพรเพื่อยั้ง	19.704	4	4.926	.669	.614
สมุนไพรไทยและอื่นๆ	40.845	4	10.211	1.387	.238
Model	471.367	32	14.730	2.001	.001
Residual	2716.208	369	7.361		
Total	3187.575	401	7.949		

- a. การขาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ ที่มีผลต่อ การขาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .148 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .148

ตารางที่ 4.99 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การแนะนำ

VARIABLES=dv32 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		252.357	32	7.886	6.565	.000
ประโยชน์		115.519	4	28.880	24.042	.000
การ แนะนำ	Main Effects	16.722	4	4.180	3.480	.008
	คุณภาพ	22.073	4	5.518	4.594	.001
	มาตรฐาน	47.920	4	11.980	9.973	.000
	การใช้	32.944	4	8.236	6.856	.000
	สมุนไพร					

สมุนไพรมอบคอบคอบ	12.054	4	3.014	2.509	.042
สมุนไพรมอบคอบคอบ	1.454	4	.363	.303	.876
สมุนไพรมอบคอบคอบ	3.672	4	.918	.764	.549
Model	252.357	32	7.886	6.565	.000
Residual	443.255	369	1.201		
Total	695.612	401	1.735		

a. การแนะนำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพรมอบคอบคอบ สมุนไพรมอบคอบคอบ สมุนไพรมอบคอบคอบ สมุนไพรมอบคอบคอบ สมุนไพรมอบคอบคอบ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ มีผลต่อ การแนะนำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .363 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .363

ตารางที่ 4.100 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ผู้ชาย

VARIABLES=dv33 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ผู้ชาย	(Combined)	372.975	32	11.655	12.451	.000	
	ประโยชน์	137.940	4	34.485	36.839	.000	
	คุณภาพ	15.391	4	3.848	4.110	.003	
	มาตรฐาน	27.302	4	6.825	7.291	.000	
	Main Effects	การใช้	134.294	4	33.573	35.865	.000
	สมุนไพรมอบคอบคอบ	21.588	4	5.397	5.765	.000	
	สมุนไพรมอบคอบคอบ	28.798	4	7.200	7.691	.000	
	สมุนไพรมอบคอบคอบ	4.581	4	1.145	1.223	.300	
	สมุนไพรมอบคอบคอบ	3.081	4	.770	.823	.511	

Model	372.975	32	11.655	12.451	.000
Residual	345.426	369	.936		
Total	718.400	401	1.792		

a. ผู้ขาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ ผู้ขาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ 519. แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .519

ตารางที่ 4.101 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม บริการ

VARIABLES=dv35 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
บริการ	(Combined)	220.171	32	6.880	6.996	.000	
	ประโยชน์	96.551	4	24.138	24.543	.000	
	คุณภาพ	43.741	4	10.935	11.119	.000	
	มาตรฐาน	22.233	4	5.558	5.652	.000	
	Main Effects	การใช้	11.471	4	2.868	2.916	.021
	สมุนไพร	36.544	4	9.136	9.289	.000	
	สมุนไพรแบบควบคุม	3.533	4	.883	.898	.465	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	2.557	4	.639	.650	.627	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	3.541	4	.885	.900	.464	
	Model	220.171	32	6.880	6.996	.000	
Residual	362.904	369	.983				
Total	583.075	401	1.454				

a. บริการ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร ที่มีผลต่อ บริการ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .378 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .378

ตารางที่ 4.102 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ผลลัพธ์

VARIABLES=dv14 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ผลลัพธ์	(Combined)	246.579	32	7.706	12.175	.000	
	ประโยชน์	148.151	4	37.038	58.521	.000	
	คุณภาพ	39.642	4	9.911	15.659	.000	
	มาตรฐาน	7.410	4	1.852	2.927	.021	
	Main Effects	การใช้	11.104	4	2.776	4.386	.002
	สมุนไพร	13.994	4	3.499	5.528	.000	
	สมุนไพรแบบควบคุม	11.151	4	2.788	4.405	.002	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	5.155	4	1.289	2.036	.089	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	9.972	4	2.493	3.939	.004	
	Model	246.579	32	7.706	12.175	.000	
	Residual	233.540	369	.633			
Total	480.119	401	1.197				

a. ผลลัพธ์ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม 7. สมุนไพรไทย และอื่นๆ ที่มีผลต่อ ผลิตภัณฑ์

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .514 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .514

ตารางที่ 4.103 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กระบวนการ

VARIABLES=iv37 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กระบวนการ ร	(Combined)	248.714	32	7.772	8.845	.000
	ประโยชน์	138.509	4	34.627	39.408	.000
	คุณภาพ	24.290	4	6.072	6.911	.000
	มาตรฐาน	26.646	4	6.661	7.581	.000
	Main Effects	7.145	4	1.786	2.033	.089
	การใช้	29.341	4	7.335	8.348	.000
	สมุนไพร	13.928	4	3.482	3.963	.004
	สมุนไพรแบบควบคุม	7.225	4	1.806	2.056	.086
	สมุนไพรเพื่อยั้ง	1.632	4	.408	.464	.762
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	248.714	32	7.772	8.845	.000
Model	324.234	369	.879			
Residual	572.948	401	1.429			
Total						

- a. กระบวนการ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัว

แปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. สมุนไพร 5. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ กระบวนการ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .434 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .434

ตารางที่ 4.104 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กระบวนการใช้

VARIABLES=iv38 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กระบวนการใช้	(Combined)	269.157	32	8.411	7.267	.000
	ประโยชน์	102.779	4	25.695	22.200	.000
	คุณภาพ	28.855	4	7.214	6.232	.000
	มาตรฐาน	30.570	4	7.643	6.603	.000
	Main Effects การใช้	13.291	4	3.323	2.871	.023
	สมุนไพร	63.057	4	15.764	13.620	.000
	สมุนไพรแบบควบคุม	18.682	4	4.671	4.035	.003
	สมุนไพรเพื่อยั้ง	5.714	4	1.428	1.234	.296
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	6.208	4	1.552	1.341	.254
	Model	269.157	32	8.411	7.267	.000
Residual	427.094	369	1.157			
Total	696.251	401	1.736			

a. กระบวนการใช้ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร 6. สมุนไพรแบบควบคุม ที่มีผลต่อ กระบวนการใช้

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .387 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .387

ตารางที่ 4.105 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรมกับ กระบวนการทำ

VARIABLES=iv39 BY iv21(1 5) iv22(1 5) iv23(1 5) iv25(1 5) iv26(1 5) dv46(1 5) dv25(1 5) dv26(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
กระบวนการ ทำ	(Combined)	254.069	32	7.940	7.220	.000	
	ประโยชน์	113.870	4	28.467	25.886	.000	
	คุณภาพ	33.726	4	8.431	7.667	.000	
	มาตรฐาน	32.228	4	8.057	7.327	.000	
	Main Effects	การใช้	14.627	4	3.657	3.325	.011
	สมุนไพร	38.874	4	9.719	8.837	.000	
	สมุนไพรแบบควบคุม	2.084	4	.521	.474	.755	
	สมุนไพรเพื่อยับยั้ง	6.164	4	1.541	1.401	.233	
	สมุนไพรไทยและอื่นๆ	12.496	4	3.124	2.841	.024	
	Model	254.069	32	7.940	7.220	.000	
Residual	405.794	369	1.100				
Total	659.863	401	1.646				

a. กระบวนการทำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปร ด้าน 1. ประโยชน์ 2. คุณภาพ 3. มาตรฐาน 4. การใช้ 5. สมุนไพร ที่มีผลต่อ กระบวนการทำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .385 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .385

ตารางที่ 4.106 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ อายุ

VARIABLES=iv32 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อายุ	(Combined)	100.113	36	2.781	1.370	.082
	ยา	19.259	4	4.815	2.371	.052
	สมุนไพรใหม่	22.993	4	5.748	2.831	.025
	สมุนไพรจีน	5.321	4	1.330	.655	.624
	Main Effects	8.404	4	2.101	1.035	.389
	การแก้ปัญหา	9.639	4	2.410	1.187	.316
	สรรพคุณ	13.683	4	3.421	1.685	.153
	อยากรักษา	18.173	4	4.543	2.237	.065
	ความมั่นใจ	1.532	4	.383	.189	.944
	ปัญหาผิว	1.109	4	.277	.137	.969
Model	100.113	36	2.781	1.370	.082	
Residual	741.163	365	2.031			
Total	841.276	401	2.098			

a. อายุ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .083 ซึ่งมากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด อายุ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .130 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .130

ตารางที่ 4.107 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ระดับลูกค้า

VARIABLES=iv34 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
--	--	---------------------	--	--	--	--

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระดับลูกค้า	(Combined)	90.571	40	2.264	2.216	.000
	ยา	10.806	4	2.702	2.644	.033
	สมุนไพรใหม่	33.347	4	8.337	8.160	.000
	สมุนไพรจีน	3.798	4	.949	.929	.447
	Main Effects	6.041	4	1.510	1.478	.208
	การแก้ปัญหา	7.344	4	1.836	1.797	.129
	สรรพคุณ	16.635	4	4.159	4.071	.003
	อยากรักษา	6.269	4	1.567	1.534	.192
	ความมั่นใจ	.940	4	.235	.230	.922
	ปัญหาผิว	4.698	4	1.174	1.149	.333
	รักษาโรค	.693	4	.173	.170	.954
	Model	90.571	40	2.264	2.216	.000
	Residual	368.832	361	1.022		
Total	459.403	401	1.146			

a. ระดับลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ ด้าน 1. การใช้สมุนไพรอื่นๆ 2. สมุนไพรใหม่ 3. สรรพคุณ ที่มีผลต่อ ระดับลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .197 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม .197

ตารางที่ 4.108 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ตามการจำแนกลูกค้า

VARIABLES=iv35 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ตามการ จำแนก ลูกค้ำ	(Combined)	96.297	40	2.407	1.390	.064	
	ยา	18.466	4	4.616	2.666	.032	
	สมุนไพรใหม่	13.210	4	3.302	1.907	.109	
	สมุนไพรจีน	1.993	4	.498	.288	.886	
	สารเคมี	13.066	4	3.267	1.886	.112	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	2.110	4	.528	.305	.875
	สรรพคุณ	12.226	4	3.056	1.765	.135	
	อยากรักษา	13.650	4	3.413	1.970	.098	
	ความมั่นใจ	5.679	4	1.420	.820	.513	
	ปัญหาผิว	8.913	4	2.228	1.287	.275	
	รักษาโรค	6.983	4	1.746	1.008	.403	
	Model	96.297	40	2.407	1.390	.064	
	Residual	625.208	361	1.732			
Total	721.505	401	1.799				

a. ตามการจำแนกลูกค้ำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้งสมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .064 ซึ่งมากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมไม่มีตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ตามการจำแนกลูกค้ำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .133 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .133

ตารางที่ 4.109 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจการ กับ กลุ่มปัญหาลูกค้ำ

VARIABLES=iv11 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

	(Combined)	27.784	40	.695	1.831	.002	
	ยา	.858	4	.215	.566	.688	
	สมุนไพรใหม่	2.698	4	.675	1.778	.133	
	สมุนไพรจีน	5.699	4	1.425	3.755	.005	
	สารเคมี	.940	4	.235	.620	.649	
กลุ่มปัญหา ลูกค้า	Main Effects	การแก้ปัญหา	3.342	4	.836	2.202	.068
		สรรพคุณ	2.543	4	.636	1.676	.155
		อยากรักษา	2.433	4	.608	1.603	.173
		ความมั่นใจ	5.376	4	1.344	3.542	.008
		ปัญหาผิว	.174	4	.044	.115	.977
		รักษาโรค	3.719	4	.930	2.450	.046
		Model	27.784	40	.695	1.831	.002
		Residual	136.963	361	.379		
	Total	164.746	401	.411			

- a. กลุ่มปัญหาลูกค้า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้งสมุนไพรไทยและอื่นๆ
- b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ ด้าน 1. สมุนไพรจีน 2. ความมั่นใจ ที่มีผลต่อ กลุ่มปัญหาลูกค้า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .169 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .169

ตารางที่ 4.110 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ สารเคมี

VARIABLES=iv12 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
สารเคมี	Main	(Combined)	18.707	40	.468	1.181	.217
	Effects	ยา	1.863	4	.466	1.176	.321

สมุนไพรรใหม่	2.237	4	.559	1.412	.229
สมุนไพรรจีน	3.369	4	.842	2.127	.077
สารเคมี	2.193	4	.548	1.384	.239
การแก้ปัญห	1.853	4	.463	1.170	.324
สรรพคุณ	2.111	4	.528	1.333	.257
อยากรักษา	.226	4	.057	.143	.966
ความมั่นใจ	1.870	4	.468	1.181	.319
ปัญหาผิว	.665	4	.166	.420	.795
รักษาโรค	2.320	4	.580	1.464	.212
Model	18.707	40	.468	1.181	.217
Residual	142.964	361	.396		
Total	161.672	401	.403		

a. สารเคมี by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพรร สมุนไพรรแบบควบคุม สมุนไพรรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .217 ซึ่งมากกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ สารเคมี

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .116 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .116

ตารางที่ 4.111 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ บริเวณ

VARIABLES=iv13 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
บริเวณ	Main	(Combined)	41.037	40	1.026	1.504	.030
	Effects	ยา	5.790	4	1.448	2.122	.078
		สมุนไพรรใหม่	9.764	4	2.441	3.579	.007

	สมุนไพวจีน	3.040	4	.760	1.114	.350
	สารเคมี	5.715	4	1.429	2.095	.081
	การแก้ปัญหา	2.961	4	.740	1.085	.364
	สรรพคุณ	2.246	4	.562	.823	.511
	อยากรักษา	2.892	4	.723	1.060	.376
	ความมั่นใจ	3.204	4	.801	1.174	.322
	ปัญหาผิว	1.200	4	.300	.440	.780
	รักษาโรค	4.224	4	1.056	1.548	.188
	Model	41.037	40	1.026	1.504	.030
	Residual	246.237	36	.682		
	Total	287.274	40	.716		
			1			

a. บริเวณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .030 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ ด้าน 1. สมุนไพรแบบยาวนานใหม่ ที่มีผลต่อ บริเวณ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .143 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .143

ตารางที่ 4.112 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มลูกค้าหลัก, กลุ่มลูกค้ารอง

VARIABLES=iv14 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กลุ่มลูกค้าหลัก	Main (Combined) Effects ยา	261.141	40	6.529	4.241	.000
		60.508	4	15.127	9.826	.000

สมุนไพรใหม่	19.359	4	4.840	3.144	.015
สมุนไพรจีน	25.165	4	6.291	4.087	.003
สารเคมี	34.553	4	8.638	5.611	.000
การแก้ปัญหา	32.132	4	8.033	5.218	.000
สรรพคุณ	20.479	4	5.120	3.326	.011
อยากรักษา	25.218	4	6.305	4.095	.003
ความมั่นใจ	23.439	4	5.860	3.806	.005
ปัญหาผิว	2.718	4	.680	.441	.779
รักษาโรค	17.570	4	4.393	2.853	.024
Model	261.141	40	6.529	4.241	.000
Residual	555.737	361	1.539		
Total	816.878	401	2.037		

a. กลุ่มลูกค้าหลัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. การแก้ปัญหา 6. สรรพคุณ 7. อยากรักษา 8. ความมั่นใจ ที่มีผลต่อ กลุ่มลูกค้าหลัก, กลุ่มลูกค้ารอง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .320 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .320

ตารางที่ 4.113 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กลุ่มลูกค้ารอง

VARIABLES=iv15 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		223.714	40	5.593	4.978	.000
กลุ่ม	Main ยา	56.596	4	14.149	12.593	.000
ลูกค้ารอง	Effects สมุนไพรใหม่	41.225	4	10.306	9.172	.000
	สมุนไพรจีน	14.425	4	3.606	3.210	.013

	สารเคมี	74.729	4	18.682	16.627	.000
	การแก้ปัญหา	13.879	4	3.470	3.088	.016
	สรรพคุณ	6.977	4	1.744	1.552	.187
	อยากรักษา	4.894	4	1.224	1.089	.362
	ความมั่นใจ	2.595	4	.649	.577	.679
	ปัญหาผิว	5.770	4	1.443	1.284	.276
	รักษาโรค	2.624	4	.656	.584	.674
	Model	223.714	40	5.593	4.978	.000
	Residual	405.619	361	1.124		
	Total	629.333	401	1.569		

a. กลุ่มลูกค้านำโดย ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. การแก้ปัญหา ที่มีผลต่อ กลุ่มลูกค้าประจำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .355 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .355

ตารางที่ 4.114 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กลุ่มลูกค้าประจำ

VARIABLES=iv16 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กลุ่มลูกค้าประจำ	(Combined)	182.963	40	4.574	3.932	.000
	Main Effects					
	ยา	61.735	4	15.434	13.266	.000
	สมุนไพรใหม่	27.207	4	6.802	5.846	.000
	สมุนไพรจีน	4.231	4	1.058	.909	.459
	สารเคมี	34.299	4	8.575	7.371	.000

การแก้ปัญหา	9.783	4	2.446	2.102	.080
สรรพคุณ	4.519	4	1.130	.971	.423
อายุรักษา	2.995	4	.749	.644	.632
ความมั่นใจ	12.595	4	3.149	2.706	.030
ปัญหาผิว	11.566	4	2.892	2.485	.043
รักษาโรค	14.032	4	3.508	3.015	.018
Model	182.963	40	4.574	3.932	.000
Residual	419.982	361	1.163		
Total	602.945	401	1.504		

a. กลุ่มลูกค้าประจำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ



b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สารเคมี 4. ความมั่นใจ 5. ปัญหาผิว 6. รักษาโรค ที่มีผลต่อ กลุ่มลูกค้าประจำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .303 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .303

ตารางที่ 4.115 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การรู้จัก

VARIABLES=dv21 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

		ANOVA ^{a,b}					
		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
การรู้จัก	(Combined)	40.348	40	1.009	1.543	.022	
	ยา	8.287	4	2.072	3.170	.014	
	สมุนไพรใหม่	4.006	4	1.001	1.532	.192	
	สมุนไพรจีน	4.937	4	1.234	1.889	.112	
	สารเคมี	2.722	4	.681	1.041	.386	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	1.277	4	.319	.488	.744
	สรรพคุณ	2.269	4	.567	.868	.483	
	อยากรักษา	3.739	4	.935	1.430	.223	
	ความมั่นใจ	4.309	4	1.077	1.648	.162	
	ปัญหาผิว	7.840	4	1.960	2.999	.019	
	รักษาโรค	.962	4	.241	.368	.831	
	Model	40.348	40	1.009	1.543	.022	
	Residual	235.934	361	.654			
Total	276.281	401	.689				

a. การรู้จัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั่งยืน สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. ปัญหาผิว ที่มีผลต่อ การรู้จัก

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .146 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .146

ตารางที่ 4.116 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ มีปัญหาผิวหนัง

VARIABLES=dv22 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
มี ปัญหา ผิวหนัง	(Combined)	54.589	40	1.365	2.687	.000	
	ยา	16.693	4	4.173	8.216	.000	
	สมุนไพรใหม่	.711	4	.178	.350	.844	
	สมุนไพรจีน	5.244	4	1.311	2.581	.037	
	สารเคมี	3.999	4	1.000	1.968	.099	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	9.499	4	2.375	4.675	.001
	สรรพคุณ	3.968	4	.992	1.953	.101	
	อยากรักษา	3.733	4	.933	1.837	.121	
	ความมั่นใจ	1.865	4	.466	.918	.453	
	ปัญหาผิว	3.875	4	.969	1.907	.109	
	รักษาโรค	5.003	4	1.251	2.463	.045	
	Model	54.589	40	1.365	2.687	.000	
	Residual	183.371	361	.508			
Total	237.960	401	.593				

a. มีปัญหาผิวหนัง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรจีน 3. การแก้ปัญหา ที่มีผลต่อ มีปัญหาผิวหนัง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .229 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .229

ตารางที่ 4.117 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ลูกค้ำเก่า

VARIABLES=dv23 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ลูกค้ำเก่า	(Combined)	129.410	40	3.235	3.025	.000	
	ยา	44.608	4	11.152	10.428	.000	
	สมุนไพรใหม่	17.759	4	4.440	4.152	.003	
	สมุนไพรจีน	9.347	4	2.337	2.185	.070	
	สารเคมี	11.695	4	2.924	2.734	.029	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	8.249	4	2.062	1.928	.105
	สรรพคุณ	18.088	4	4.522	4.228	.002	
	อยากรักษา	3.117	4	.779	.729	.573	
	ความมั่นใจ	.499	4	.125	.117	.977	
	ปัญหาผิว	2.899	4	.725	.678	.608	
	รักษาโรค	13.149	4	3.287	3.074	.016	
	Model	129.410	40	3.235	3.025	.000	
	Residual	386.065	361	1.069			
Total	515.475	401	1.285				

a. ลูกค้ำเก่า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรจีน 3. สรรพคุณ 4. รักษาโรค ที่มีผลต่อ ลูกค้ำเก่า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .251 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .251

ตารางที่ 4.118 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ สรรพคุณ

VARIABLES=dv16 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
สรรพคุณ	(Combined)	233.739	40	5.843	8.246	.000	
	ยา	88.238	4	22.060	31.127	.000	
	สมุนไพรใหม่	16.594	4	4.148	5.854	.000	
	สมุนไพรจีน	11.024	4	2.756	3.889	.004	
	สารเคมี	73.951	4	18.488	26.087	.000	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	10.829	4	2.707	3.820	.005
	สรรพคุณ	สรรพคุณ	12.426	4	3.106	4.383	.002
	อยากรักษา	อยากรักษา	1.778	4	.444	.627	.643
	ความมั่นใจ	ความมั่นใจ	2.179	4	.545	.769	.546
	ปัญหาผิว	ปัญหาผิว	3.748	4	.937	1.322	.261
	รักษาโรค	รักษาโรค	12.974	4	3.243	4.577	.001
	Model		233.739	40	5.843	8.246	.000
Residual		255.835	361	.709			
Total		489.575	401	1.221			

a. สรรพคุณ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรจีน 3. สรรพคุณ 4. รักษาโรค ที่มีผลต่อ สรรพคุณ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .477 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .477

ตารางที่ 4.119 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ยาชุด

VARIABLES=dv24 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ยาชุด	(Combined)	163.166	40	4.079	3.935	.000	
	ยา	50.926	4	12.731	12.282	.000	
	สมุนไพรใหม่	66.081	4	16.520	15.937	.000	
	สมุนไพรจีน	2.593	4	.648	.625	.645	
	สารเคมี	5.251	4	1.313	1.266	.283	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	6.183	4	1.546	1.491	.204
	สรรพคุณ	12.108	4	3.027	2.920	.021	
	อยากรักษา	3.704	4	.926	.893	.468	
	ความมั่นใจ	.761	4	.190	.184	.947	
	ปัญหาผิว	11.398	4	2.850	2.749	.028	
	รักษาโรค	4.161	4	1.040	1.004	.406	
	Model	163.166	40	4.079	3.935	.000	
Residual	374.200	361	1.037				
Total	537.366	401	1.340				

a. ยาชุด by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สรรพคุณ 4. ปัญหาผิว ที่มีผลต่อ ยาชุด

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .304 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .304

ตารางที่ 4.120 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ผลลัพธ์

VARIABLES=dv13 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ผลัดภ ณท์	(Combined)	249.600	40	6.240	7.328	.000	
	ยา	64.060	4	16.015	18.808	.000	
	สมุนไพรใหม่	31.426	4	7.857	9.227	.000	
	สมุนไพรจีน	29.360	4	7.340	8.620	.000	
	สารเคมี	64.948	4	16.237	19.068	.000	
	Main Effects	การแก้ปัญหา	2.153	4	.538	.632	.640
	สรรพคุณ	42.962	4	10.740	12.613	.000	
	อยากรักษา	1.195	4	.299	.351	.843	
	ความมั่นใจ	1.508	4	.377	.443	.778	
	ปัญหาผิว	3.060	4	.765	.898	.465	
	รักษาโรค	8.929	4	2.232	2.621	.035	
	Model	249.600	40	6.240	7.328	.000	
	Residual	307.397	361	.852			
Total	556.998	401	1.389				

a. ผลัดภณท์ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. สรรพคุณ 6. รักษาโรค ที่มีผลต่อ ผลัดภณท์

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .448 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .448

ตารางที่ 4.121 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การบรรจุ

VARIABLES=dv12 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การ	Main	(Combined)	213.836	40	5.346	4.991	.000

บรรจ	Effects	ยา	78.650	4	19.663	18.358	.000
		สมุนไพรใหม่	16.380	4	4.095	3.823	.005
		สมุนไพรจีน	16.466	4	4.117	3.843	.005
		สารเคมี	58.378	4	14.595	13.626	.000
		การแก้ปัญหา	4.323	4	1.081	1.009	.403
		สรรพคุณ	12.601	4	3.150	2.941	.021
		อยากรักษา	8.795	4	2.199	2.053	.087
		ความมั่นใจ	9.292	4	2.323	2.169	.072
		ปัญหาผิว	.372	4	.093	.087	.987
		รักษาโรค	8.579	4	2.145	2.002	.094
	Model		213.836	40	5.346	4.991	.000
	Residual		386.662	361	1.071		
	Total		600.498	401	1.498		

a. การบรรจุ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. สรรพคุณ ที่มีผลต่อ การบรรจุ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .356 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .356

ตารางที่ 4.122 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การจำหน่าย

VARIABLES=dv34 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การจำหน่าย	Main (Combined)	336.374	40	8.409	6.939	.000
	Effects ยา	52.408	4	13.102	10.810	.000

สมุนไพรใหม่	16.081	4	4.020	3.317	.011
สมุนไพรจีน	40.505	4	10.126	8.355	.000
สารเคมี	81.238	4	20.309	16.757	.000
การแก้ปัญหา	7.793	4	1.948	1.607	.172
สรรพคุณ	89.653	4	22.413	18.493	.000
อยากรักษา	15.189	4	3.797	3.133	.015
ความมั่นใจ	12.352	4	3.088	2.548	.039
ปัญหาผิว	3.771	4	.943	.778	.540
รักษาโรค	17.384	4	4.346	3.586	.007
Model	336.374	40	8.409	6.939	.000
Residual	437.526	361	1.212		
Total	773.900	401	1.930		

a. การจำหน่าย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั่งยืน สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. สรรพคุณ 6. อยากรักษา 7. ความมั่นใจ 8. รักษาโรค ที่มีผลต่อ การจำหน่าย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .435 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .435

ตารางที่ 4.123 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ มูลค่า

VARIABLES=dv36 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
มูลค่า	Main	(Combined)	222.793	40	5.570	6.325	.000
	Effects	ยา	102.217	4	25.554	29.018	.000
		สมุนไพรใหม่	43.104	4	10.776	12.237	.000

สมุนไพวจีน	16.871	4	4.218	4.789	.001
สารเคมี	19.576	4	4.894	5.557	.000
การแก้ปัญหา	20.661	4	5.165	5.865	.000
สรรพคุณ	4.058	4	1.014	1.152	.332
อยากรักษา	2.733	4	.683	.776	.541
ความมั่นใจ	2.645	4	.661	.751	.558
ปัญหาผิว	4.724	4	1.181	1.341	.254
รักษาโรค	6.204	4	1.551	1.761	.136
Model	222.793	40	5.570	6.325	.000
Residual	317.906	361	.881		
Total	540.699	401	1.348		

- a. มูลค่า by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่ออภัย สมุนไพรไทยและอื่นๆ
b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพวจีน 4 .สารเคมี ที่มีผลต่อ มูลค่า

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .412 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .412

ตารางที่ 4.124 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ ค่าใช้จ่าย

VARIABLES=dv11 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ค่าใช้จ่าย	(Combined)	257.631	40	6.441	6.021	.000
	ยา	69.410	4	17.352	16.221	.000
	สมุนไพรใหม่	25.329	4	6.332	5.919	.000
	สมุนไพวจีน	9.635	4	2.409	2.252	.063
	สารเคมี	91.462	4	22.865	21.375	.000
	การแก้ปัญหา	14.870	4	3.717	3.475	.008

	สรรพคุณ	18.281	4	4.570	4.272	.002
	อยากรักษา	4.797	4	1.199	1.121	.346
	ความมั่นใจ	13.222	4	3.306	3.090	.016
	ปัญหาผิว	4.421	4	1.105	1.033	.390
	รักษาโรค	6.203	4	1.551	1.450	.217
	Model	257.631	40	6.441	6.021	.000
	Residual	386.180	361	1.070		
	Total	643.811	401	1.606		

a. ค่าใช้จ่าย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้งยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สารเคมี 4. การแก้ปัญหา 5. สรรพคุณ 6. ความมั่นใจ ที่มีผลต่อ ค่าใช้จ่าย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .400 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .400

ตารางที่ 4.125 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การขาย

VARIABLES=dv31 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	458.105	40	11.453	1.515	.027
	ยา	110.971	4	27.743	3.669	.006
	สมุนไพรใหม่	45.341	4	11.335	1.499	.202
การ	Main	42.162	4	10.541	1.394	.235
ขาย	Effects	161.534	4	40.384	5.341	.000
	สารเคมี	19.960	4	4.990	.660	.620
	การแก้ปัญหา	24.460	4	6.115	.809	.520
	สรรพคุณ	25.307	4	6.327	.837	.502
	อยากรักษา					

	ความมั่นใจ	11.449	4	2.862	.379	.824
	ปัญหาผิว	10.969	4	2.742	.363	.835
	รักษาโรค	5.952	4	1.488	.197	.940
	Model	458.105	40	11.453	1.515	.027
	Residual	2729.470	361	7.561		
	Total	3187.575	401	7.949		

a. การขาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สารเคมี ที่มีผลต่อ การขาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .144 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .144

ตารางที่ 4.126 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การแนะนำ

VARIABLES=dv32 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	261.455	40	6.536	5.435	.000
	ยา	71.857	4	17.964	14.937	.000
การแนะนำ	Main Effects	12.096	4	3.024	2.515	.041
	สมุนไพรใหม่	42.344	4	10.586	8.802	.000
	สมุนไพรจีน	83.555	4	20.889	17.369	.000
	สารเคมี	19.981	4	4.995	4.154	.003
	การแก้ปัญหา					

สรรพคุณ	15.166	4	3.791	3.153	.014
อยากรักษา	.927	4	.232	.193	.942
ความมั่นใจ	4.670	4	1.168	.971	.423
ปัญหาผิว	5.529	4	1.382	1.149	.333
รักษาโรค	5.330	4	1.332	1.108	.353
Model	261.455	40	6.536	5.435	.000
Residual	434.157	361	1.203		
Total	695.612	401	1.735		

a. การแนะนำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. การแก้ปัญหา 6. สรรพคุณ ที่มีผลต่อ การแนะนำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .376 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .376

ตารางที่ 4.127 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจการ ผู้ชาย

VARIABLES=dv33 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผู้ชาย	(Combined)	240.033	40	6.001	4.529	.000
	ยา	58.531	4	14.633	11.043	.000
	สมุนไพรใหม่	13.677	4	3.419	2.580	.037
	Main Effects	22.985	4	5.746	4.336	.002
	สมุนไพรจีน	110.741	4	27.685	20.893	.000
	สารเคมี	6.967	4	1.742	1.314	.264
	การแก้ปัญหา	2.344	4	.586	.442	.778
	สรรพคุณ	2.431	4	.608	.459	.766

ความมั่นใจ	15.502	4	3.875	2.925	.021
ปัญหาผิว	.661	4	.165	.125	.974
รักษาโรค	6.195	4	1.549	1.169	.324
Model	240.033	40	6.001	4.529	.000
Residual	478.368	361	1.325		
Total	718.400	401	1.792		

a. ผู้ชาย by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. ความมั่นใจ ที่มีผลต่อ ผู้ชาย

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .334 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .334

ตารางที่ 4.128 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การบริการ

VARIABLES=dv35 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การบริการ	(Combined)	322.804	40	8.070	11.193	.000
	ยา	42.498	4	10.624	14.736	.000
	สมุนไพรใหม่	24.965	4	6.241	8.657	.000
	สมุนไพรจีน	5.586	4	1.397	1.937	.104
	Main Effects	160.340	4	40.085	55.598	.000
	สารเคมี	6.713	4	1.678	2.328	.056
	การแก้ปัญหา	64.269	4	16.067	22.286	.000
	สรรพคุณ	1.863	4	.466	.646	.630
	อยากรักษา	2.392	4	.598	.829	.507
	ความมั่นใจ	7.165	4	1.791	2.484	.043
	ปัญหาผิว					

รักษาโรค	7.013	4	1.753	2.432	.047
Model	322.804	40	8.070	11.193	.000
Residual	260.271	361	.721		
Total	583.075	401	1.454		

a. การบริการ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั่งยืน สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สารเคมี 4. สรรพคุณ 5. ปัญหาผิว 6. รักษาโรค ที่มีผลต่อ การบริการ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .554 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .554

ตารางที่ 4.129 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ มาตรฐาน

VARIABLES=dv14 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
มาตรฐาน Main Effects	(Combined)	204.216	40	5.105	6.680	.000
	ยา	45.939	4	11.485	15.027	.000
	สมุนไพรใหม่	39.725	4	9.931	12.994	.000
	สมุนไพรจีน	2.874	4	.719	.940	.441
	สารเคมี	62.822	4	15.705	20.549	.000
	การแก้ปัญหา	3.892	4	.973	1.273	.280
	สรรพคุณ	15.678	4	3.919	5.128	.000
	อยากรักษา	7.753	4	1.938	2.536	.040
	ความมั่นใจ	.322	4	.080	.105	.981
	ปัญหาผิว	7.092	4	1.773	2.320	.057
	รักษาโรค	18.121	4	4.530	5.927	.000

Model	204.216	40	5.105	6.680	.000
Residual	275.903	361	.764		
Total	480.119	401	1.197		

a. มาตรฐาน by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
มาตรฐาน by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.652	.425

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สารเคมี 4. สรรพคุณ 5.อยากรักษา 6. รักษาโรค ที่มีผลต่อ มาตรฐาน

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .425 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .425

ตารางที่ 4.130 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ การรู้จัก

VARIABLES=iv37 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การรู้จัก	Main Effects					
	(Combined)	262.059	40	6.551	7.607	.000
	ยา	83.262	4	20.816	24.171	.000
	สมุนไพรใหม่	18.944	4	4.736	5.499	.000
	สมุนไพรจีน	18.399	4	4.600	5.341	.000
	สารเคมี	92.623	4	23.156	26.888	.000
	การแก้ปัญหา	5.671	4	1.418	1.646	.162
สรรพคุณ	28.923	4	7.231	8.396	.000	

อยากรักษา	1.200	4	.300	.348	.845
ความมั่นใจ	4.612	4	1.153	1.339	.255
ปัญหาผิว	5.418	4	1.354	1.573	.181
รักษาโรค	3.007	4	.752	.873	.480
Model	262.059	40	6.551	7.607	.000
Residual	310.889	361	.861		
Total	572.948	401	1.429		

a. การรู้จัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
การรู้จัก by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.676	.457

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. สรรพคุณ ที่มีผลต่อ การรู้จัก

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .457 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .457

ตารางที่ 4.131 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กระบวนการทำ

VARIABLES=iv38 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระบบ	(Combined)		358.891	40	8.972	9.601	.000
วนกา	Main	ยา	97.295	4	24.324	26.028	.000
รทำ	Effects	สมุนไพรใหม่	11.719	4	2.930	3.135	.015

สมุนไพรจีน	10.680	4	2.670	2.857	.024
สารเคมี	192.281	4	48.070	51.439	.000
การแก้ปัญหา	4.376	4	1.094	1.171	.323
สรรพคุณ	23.449	4	5.862	6.273	.000
อยากรักษา	4.901	4	1.225	1.311	.265
ความมั่นใจ	5.726	4	1.432	1.532	.192
ปัญหาผิว	4.765	4	1.191	1.275	.279
รักษาโรค	3.698	4	.925	.989	.413
Model	358.891	40	8.972	9.601	.000
Residual	337.360	361	.935		
Total	696.251	401	1.736		

a. กระบวนการทำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทย และอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
กระบวนการทำ by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยับยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.718	.515

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1.ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5.สรรพคุณ ที่มีผลต่อ กระบวนการทำ

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .515 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .515

ตารางที่ 4.132 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ กิจกรรม กับ กระบวนการปรุง

VARIABLES=iv39 BY iv61(1 5) iv62(1 5) iv42(1 5) iv41(1 5) iv44(1 5) dv45(1 5) dv51(1 5) iv52(1 5) dv43(1 5) dv47(1 5)

ANOVA^{a,b}

Hierarchical Method

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กระบวนการปรับปรุง	(Combined)	372.956	40	9.324	11.732	.000
	ยา	88.532	4	22.133	27.849	.000
	สมุนไพรใหม่	10.928	4	2.732	3.438	.009
	สมุนไพรจีน	10.131	4	2.533	3.187	.014
	Main Effects	221.212	4	55.303	69.585	.000
	การแก้ปัญหา	3.986	4	.996	1.254	.288
	สรรพคุณ	5.251	4	1.313	1.652	.161
	อยากรักษา	18.714	4	4.678	5.887	.000
	ความมั่นใจ	6.224	4	1.556	1.958	.100
	ปัญหาผิว	5.957	4	1.489	1.874	.114
	รักษาโรค	2.022	4	.505	.636	.637
	Model	372.956	40	9.324	11.732	.000
	Residual	286.908	361	.795		
	Total	659.863	401	1.646		

a. กระบวนการปรับปรุง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ

b. Due to empty cells or a singular matrix, higher order interactions have been suppressed.

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
กระบวนการปรับปรุง by ประโยชน์ คุณภาพ มาตรฐาน การใช้ สมุนไพร สมุนไพรแบบควบคุม สมุนไพรเพื่อยั้ง สมุนไพรไทยและอื่นๆ	.752	.565

จากตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมมีตัวแปรอิสระ คือ 1. ยา 2. สมุนไพรใหม่ 3. สมุนไพรจีน 4. สารเคมี 5. อายากรักษา ที่มีผลต่อ กระบวนการปรุง

ค่า Model Goodness of Fit แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (r) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในที่นี้ค่า r^2 เท่ากับ .565 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม .565

ตารางที่ 4.133 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อายุ	Main Effects สร้างความหวัง	6.859	4	1.715	.816	.516
	Model	6.859	4	1.715	.816	.516
	Residual	834.417	397	2.102		
	Total	841.276	401	2.098		

a. อายุ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
อายุ by สร้างความหวัง	.090	.008

VARIABLES=iv34 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายได้	Main Effects สร้างความหวัง	11.284	4	2.821	2.499	.042
	Model	11.284	4	2.821	2.499	.042
	Residual	448.119	397	1.129		
	Total	459.403	401	1.146		

a. รายได้ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared

รายได้ by สร้างความหวัง	.157	.025
-------------------------	------	------

VARIABLES=iv35 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระดับ การศึกษา	Main Effects สร้างความหวัง	4.782	4	1.196	.662	.619
	Model	4.782	4	1.196	.662	.619
	Residual	716.723	397	1.805		
	Total	721.505	401	1.799		

a. ระดับการศึกษา by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ระดับการศึกษา by สร้างความหวัง	.081	.007

VARIABLES=iv11 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปัญหา ผิวหนัง	Main Effects สร้างความหวัง	2.029	4	.507	1.238	.294
	Model	2.029	4	.507	1.238	.294
	Residual	162.717	397	.410		
	Total	164.746	401	.411		

a. ปัญหาผิวหนัง 1 by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ปัญหาผิวหนัง by สร้างความหวัง	.111	.012

VARIABLES=iv12 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

แพ็สารเคมี	Main Effects	สร้างคามหวัง	5.873	4	1.468	3.741	.005
	Model		5.873	4	1.468	3.741	.005
	Residual		155.799	397	.392		
	Total		161.672	401	.403		

a. แพ็สารเคมี by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
แพ็สารเคมี by สร้างคามหวัง	.191	.036



VARIABLES=iv13 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
บริเวณ	Main Effects	สร้างคามหวัง	2.704	4	.676	.943	.439
	Model		2.704	4	.676	.943	.439
	Residual		284.570	397	.717		
	Total		287.274	401	.716		

a. บริเวณ by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
บริเวณ by สร้างคามหวัง	.097	.009

VARIABLES=iv14 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

						Hierarchical Method				
						Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

ชอบ	Main Effects	สร้างความหวัง	178.819	4	44.705	27.815	.000
อาบน้ำร้อนเป็นประจำ	Model		178.819	4	44.705	27.815	.000
	Residual		638.059	397	1.607		
	Total		816.878	401	2.037		

a. ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ by สร้างความหวัง	.468	.219

VARIABLES=iv15 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ใช้โลชั่นเป็นประจำ	Main Effects	สร้างความหวัง	75.313	4	18.828	13.492	.000
	Model		75.313	4	18.828	13.492	.000
	Residual		554.020	397	1.396		
	Total		629.333	401	1.569		

a. ใช้โลชั่นเป็นประจำ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ใช้โลชั่นเป็นประจำ by สร้างความหวัง	.346	.120

VARIABLES=iv16 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ท่านใช้ร่มหรือครีมกันแดดเป็นประจำ	Main Effects	สร้างความหวัง	43.496	4	10.874	7.716	.000
	Model		43.496	4	10.874	7.716	.000
	Residual		559.450	397	1.409		
	Total		602.945	401	1.504		

a. ท่านใช้ร่มหรือครีมกันแดดเป็นประจำ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ท่านใช้ร่มหรือครีมกันแดดเป็นประจำ by สร้างความหวัง	.269	.072



VARIABLES=dv21 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รู้จักสมุนไพรไทย	Main Effects	สร้างความหวัง	2.115	4	.529	.766	.548
	Model		2.115	4	.529	.766	.548
	Residual		274.166	397	.691		
	Total		276.281	401	.689		

a. รู้จักสมุนไพรไทย by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
รู้จักสมุนไพรไทย by สร้างความหวัง	.087	.008

VARIABLES=dv22 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เคยไปคลินิก	Main Effects	สร้างความหวัง	27.806	4	6.951	13.132	.000
	Model		27.806	4	6.951	13.132	.000
	Residual		210.154	397	.529		
	Total		237.960	401	.593		

a. เคยไปคลินิก by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เคยไปคลินิก by สร้างความหวัง	.342	.117

VARIABLES=dv23 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เคยใช้สมุนไพรร	Main Effects	สร้างคามหวัง	28.376	4	7.094	5.782	.000
	Model		28.376	4	7.094	5.782	.000
	Residual		487.099	397	1.227		
	Total		515.475	401	1.285		

a. เคยใช้สมุนไพรร by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เคยใช้สมุนไพรร by สร้างคามหวัง	.235	.055

VARIABLES=dv16 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผู้ขายบอกคามจริง	Main Effects	สร้างคามหวัง	59.966	4	14.991	13.854	.000
	Model		59.966	4	14.991	13.854	.000
	Residual		429.609	397	1.082		
	Total		489.575	401	1.221		

a. ผู้ขายบอกคามจริง by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ผู้ขายบอกคามจริง by สร้างคามหวัง	.350	.122

VARIABLES=dv24 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยาชุด	Main Effects	สร้างคามหวัง	86.121	4	21.530	18.942	.000

โบราณ	Model	86.121	4	21.530	18.942	.000
	Residual	451.245	397	1.137		
	Total	537.366	401	1.340		

a. ยาชุดโบราณ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ยาชุดโบราณ by สร้างความหวัง	.400	.160

VARIABLES=dv13 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยี่ห้อ ตั้ง ดีกว่า	Main Effects	สร้างความหวัง	90.373	4	22.593	19.222	.000
	Model		90.373	4	22.593	19.222	.000
	Residual		466.625	397	1.175		
	Total		556.998	401	1.389		

a. ยี่ห้อตั้งดีกว่า by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ยี่ห้อตั้งดีกว่า by สร้างความหวัง	.403	.162

VARIABLES=dv12 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
บรรจุภัณฑ์	Main Effects	สร้างความหวัง	112.443	4	28.111	22.866	.000
	Model		112.443	4	28.111	22.866	.000
	Residual		488.055	397	1.229		
	Total		600.498	401	1.498		

a. บรรจุภัณฑ์ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
บรรจุภัณฑ์ by สร้างความหวัง	.433	.187

VARIABLES=dv34 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ชื่อทางอินเทอร์เน็ต	Main Effects	สร้างคามหวัง	181.677	4	45.419	30.447	.000
	Model		181.677	4	45.419	30.447	.000
	Residual		592.223	397	1.492		
	Total		773.900	401	1.930		

a. ชื่อทางอินเทอร์เน็ต by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ชื่อทางอินเทอร์เน็ต by สร้างคามหวัง	.485	.235

VARIABLES=dv36 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เหตุผลหลักในการใช้เพราะถูกส่วนสรรพคุณมีผลเท่าๆกัน	Main Effects	สร้างคามหวัง	60.676	4	15.169	12.545	.000
	Model		60.676	4	15.169	12.545	.000
	Residual		480.023	397	1.209		
	Total		540.699	401	1.348		

a. เหตุผลหลักในการใช้เพราะถูกส่วนสรรพคุณมีผลเท่าๆกัน by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
เหตุผลหลักในการใช้เพราะถูกส่วนสรรพคุณมีผลเท่าๆกัน by สร้างคามหวัง	.335	.112

VARIABLES=dv11 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ราคาถูก	Main Effects	สร้างคามหวัง	88.345	4	22.086	15.785	.000
	Model		88.345	4	22.086	15.785	.000

Residual	555.466	397	1.399		
Total	643.811	401	1.606		

a. ราคาถูก by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ราคาถูก by สร้างความหวัง	.370	.137

VARIABLES=dv31 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Main Effects	สร้างความหวัง	212.650	4	53.163	7.094	.000
คำบอกเพื่อน	Model		212.650	4	53.163	7.094	.000
ญาติ	Residual		2974.924	397	7.494		
	Total		3187.575	401	7.949		

a. คำบอกเพื่อนญาติ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
คำบอกเพื่อนญาติ by สร้างความหวัง	.258	.067

VARIABLES=dv32 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Main Effects	สร้างความหวัง	91.378	4	22.845	15.010	.000
แพทย์แผนไทย	Model		91.378	4	22.845	15.010	.000
แนะนำ	Residual		604.234	397	1.522		
	Total		695.612	401	1.735		

a. แพทย์แผนไทยแนะนำ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
แพทย์แผนไทยแนะนำ by สร้างความหวัง	.362	.131

VARIABLES=dv33 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ผู้ขาย ซั๊กชวน	Main Effects	สร้างคามหวัง	140.941	4	35.235	24.224	.000
	Model		140.941	4	35.235	24.224	.000
	Residual		577.459	397	1.455		
	Total		718.400	401	1.792		

a. ผู้ขายซั๊กชวน by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ผู้ขายซั๊กชวน by สร้างคามหวัง	.443	.196

VARIABLES=dv35 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
หาซื้อง่าย	Main Effects	สร้างคามหวัง	48.217	4	12.054	8.947	.000
	Model		48.217	4	12.054	8.947	.000
	Residual		534.858	397	1.347		
	Total		583.075	401	1.454		

a. หาซื้อง่าย by สร้างคามหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
หาซื้อง่าย by สร้างคามหวัง	.288	.083

VARIABLES=dv14 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
มีตราอาหารและยากำกั๊	Main Effects	สร้างคามหวัง	11.036	4	2.759	2.335	.055

Model	11.036	4	2.759	2.335	.055
Residual	469.084	397	1.182		
Total	480.119	401	1.197		

a. มีตราอาหารและยากำกับ by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
มีตราอาหารและยากำกับ by สร้างความหวัง	.152	.023

VARIABLES=iv37 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความรู้สมุนไพร	Main Effects สร้างความหวัง	83.490	4	20.872	16.930	.000
	Model	83.490	4	20.872	16.930	.000
	Residual	489.458	397	1.233		
	Total	572.948	401	1.429		

a. ความรู้สมุนไพร by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ความรู้สมุนไพร by สร้างความหวัง	.382	.146

VARIABLES=iv38 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

		Hierarchical Method				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ใช้ทำเอง	Main Effects สร้างความหวัง	67.429	4	16.857	10.643	.000
	Model	67.429	4	16.857	10.643	.000
	Residual	628.822	397	1.584		
	Total	696.251	401	1.736		

a. ใช้ทำเอง by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ใช้ทำเอง by สร้างความหวัง	.311	.097

VARIABLES=iv39 BY iv24(1 5)

ANOVA^a

			Hierarchical Method				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปรุง สมุนไพรใช้ เอง	Main Effects	สร้างความหวัง	41.957	4	10.489	6.739	.000
	Model		41.957	4	10.489	6.739	.000
	Residual		617.907	397	1.556		
	Total		659.863	401	1.646		

a. ปรุงสมุนไพรใช้เอง by สร้างความหวัง

Model Goodness of Fit

	R	R Squared
ปรุงสมุนไพรใช้เอง by สร้างความหวัง	.252	.064

จากการวิเคราะห์ตาราง ANOVA พบว่าค่า Sig. ของ F ตรงตำแหน่ง Main (Combined) พบว่า ของ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า ในส่วน สมุนไพรเคยสร้างความผิดหวัง ที่มีนัยสำคัญ คือ มีค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าในภาพรวมคือ เป็นตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ในด้าน

- กลุ่มลูกค้า ด้าน รายได้ การแพ้สารเคมี
- กลุ่มเป้าหมาย ด้าน กลุ่มอาบน้ำร้อน มีการใช้โลชั่นเป็นประจำ มีการ ใช้ร่ม หรือครีมกันแดด เคยไปคลินิกโรคผิวหนัง เคยปรุงสมุนไพรใช้เอง
- ผลิตภัณฑ์ ด้านสรรพคุณเป็นตามี่ผู้ชายแจ้ง ความต้องการยาชุดโบราณ ทรายี่ห่อ บรรจุภัณฑ์
- การจัดจำหน่าย การขายทางอินเทอร์เน็ต
- ราคา ความคุ้มค่า ราคาถูก
- การขาย คำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติ คำบอกเล่าจากแพทย์ คำบอกเล่าจากผู้ขาย
- การบริการ การหาซื้อง่าย
- กระบวนการ กลุ่มที่มีความรู้ด้านสมุนไพรไทย กลุ่มที่เคยทำใช้เอง กลุ่มที่ยินดีปรุงใช้เองถ้ามีผู้สอน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการขยายโอกาสทางการตลาดสินค้า SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุไทย เป็นวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้เก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุและวัยก่อนผู้สูงอายุโดยมีอายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งในที่นี้งานวิจัยที่จะทำการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุ โดยกลุ่มผู้สูงอายุ หมายถึงผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป แต่เนื่องด้วยสังคมประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และมีจำนวนประชากรเป็นสัดส่วนที่สูง แต่เมื่อเข้าสู่อายุ 60 ปี มักเป็นกลุ่มที่ไม่มีรายได้ ทำให้การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายอาจไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร จึงได้ทำการศึกษาส่วนที่มีความเป็นไปได้ที่ ผู้ที่อยู่ในวัยที่กำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จะมีโอกาสในการซื้อเป็นหลักได้มากกว่า การศึกษานี้ได้ทำการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุ ทั่วไป 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุหญิง และกลุ่มผู้สูงอายุชาย โดยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 402 ตัวอย่าง แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยสรุป อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา ผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุไทย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศหญิง โดยมีจำนวนสูงสุดคือ 320 คน คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาคือ กลุ่มเพศชาย มีจำนวน 82 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.4 ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรไทยเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 45-55 ปี มีจำนวนสูงสุดคือ 121 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 56-60 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 และกลุ่มอายุ 61-65 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 กลุ่มอายุ 66-70 ปี จำนวน 59 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.7 กลุ่มอายุ 71-75 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุ มากกว่า 70 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นเพียงร้อยละ 3.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สมรสแล้ว จำนวน 266 คน นับเป็นจำนวนสูงสุด โดยคิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ กลุ่มโสด จำนวน 73 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือ หย่าร้าง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มี

ความรู้ระดับ ม.3/ต่ำกว่า มีจำนวนสูงสุดคือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ กลุ่มผู้สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ส่วนกลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ม. 5-6/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวนเท่ากันคือ 88 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.9 ส่วนกลุ่มที่ จำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาระดับระดับปริญญาโท และอื่นๆ จำนวน 11 และ 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 และ 1.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายเป็น จำนวนสูงสุดคือ 110 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ กลุ่มพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และกลุ่มผู้เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 83 และ 81 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุดคือ อื่นๆ และ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 และ 56 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มี ระดับรายได้ 10,001-30,000 บาท มีจำนวนสูงสุดคือ 151 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และระดับรายได้ 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 และระดับรายได้มากกว่า 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่น้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การขยายโอกาสทางการตลาด วัตถุประสงค์กิจการ กลยุทธ์ทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาการขยายโอกาสทางการตลาด ด้านการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ในความ คิดเห็นที่ต่อกรรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย และอยากให้รัฐบาลเข้ามา มีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้นโดยพบค่าเฉลี่ย 3.8 ส่วนความต้องการให้รัฐบาลสนับสนุน ส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น และต้องการให้มีการพัฒนาระบบบริการ สุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้นมีในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.0 การเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค พบว่าความ ต้องการให้สมุนไพรสามารถพัฒนาในด้านการควบคุมน้ำหนัก พบอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง โดยมี ค่าเฉลี่ย 2.8 และความต้องการใช้เป็นอาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา พบในระดับปาน กลาง โดยมีค่าเฉลี่ย การเปลี่ยนแปลงด้านด้านวัฒนธรรม ในเรื่องการยอมรับวัฒนธรรมทางยา ตะวันตก ในข้อความต้องการให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย พบว่า ความต้องการให้ มีการพัฒนาการมีส่วนร่วม พบอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 และความต้องการให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย พบในระดับปาน กลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8

จากการศึกษาวัตถุประสงค์กิจการ การเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงจูงใจ พบว่าแรงจูง ใจในการซื้อเพราะเชื่อในประโยชน์สมุนไพร พบอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7 ส่วนแรงจูงใจในการซื้อเพราะเชื่อในคุณภาพดี พบในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก โดยมี ค่าเฉลี่ย 3.6 ส่วนแรงจูงใจในการซื้อเพราะคุณภาพมาตรฐานปลอดภัย พบในระดับปานกลางถึง ค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 ส่วนแรงจูงใจในการซื้อเพราะต้องการทดลอง พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และแรงจูงใจในการซื้อเพราะพบสินค้าจากการไปเที่ยวงานสมุนไพร พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม ด้านการซื้อเพราะภูมิปัญญาไทย พบว่า ความต้องการที่มาจากความต้องการซื้อเพราะภูมิปัญญาไทย พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และความต้องการซื้อเพราะตระหนักว่าเป็นสิ่งสร้างสรรค์และควรดำรงไว้ พบในระดับปานกลาง

ถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.9 การเปลี่ยนแปลงด้านองค์การของการขายสมุนไพรไทย พบว่าความต้องการและยินดีซื้อและรักษากับผู้ผลิตพื้นบ้าน พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความพึงพอใจถึงระดับขั้นที่ต้องการแนะนำให้ผู้อื่นใช้เมื่อตนใช้แล้ว พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6

จากการศึกษากลยุทธ์การตลาด การเปลี่ยนแปลง ด้านการเปลี่ยนแปลงลูกค้า คู่แข่ง องค์การ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ใช้ได้ทั้งยาไทยและยาฝรั่ง คือเครื่องสำอางผลิตจากสารเคมีตะวันตก มีความต้องการพบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความต้องการสมุนไพรไทยที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบยาลานานใหม่ พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 ส่วนความต้องการสมุนไพรไทยที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบยาไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการเครื่องสำอางสมุนไพรเพราะเชื่อว่ามีสารพิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 และความต้องการพบในระดับ โดยมีค่าเฉลี่ย พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตะวันตก ในด้านการแก้ปัญหาด้วยสมุนไพรช้ากว่ายาตะวันตก หรือการเห็นผลช้ากว่าเครื่องสำอางสมัยใหม่ มีความต้องการพบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4 การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ขึ้นเชิง ด้านการเห็นผลสมุนไพรในสรรพคุณที่ชัดเจน พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 และความต้องการการพิสูจน์จากแพทย์ตะวันตก พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 ส่วนความต้องการรักษาตามสถานพยาบาลของรัฐที่ได้มาตรฐาน พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 การเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างคุณค่าในด้านการสามารถแก้ปัญหาผิวพรรณได้ดี พบว่าความสามารถสร้างคุณค่าด้านการรักษา พบอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 และความสามารถ (ฉลาด) ในการรักษาโรคได้มาก พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7 ส่วนการที่เครื่องสำอางสมุนไพรไทยเคยสร้างความผิดหวัง พบอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ในกลุ่มลูกค้า ด้านอายุ พบว่าอายุเฉลี่ย 2.5 พบว่ามีระดับอายุระหว่าง 60 – 65 ปี และมีระดับรายได้ในระดับ 2.5 โดยมีระดับรายได้ 10,000 – 30,000 บาท และระดับการศึกษา อยู่ในระดับ 2.5 โดยพบระดับการศึกษาอนุปริญญา โดยมีค่าเฉลี่ย 2.5 และกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาด้านผิวพรรณ โดยพบระดับปัญหาด้านผิวพรรณ ไม่มีปัญหาถึงมีบ้าง โดยมีระดับ 1.8 และระดับการแพ้สารเคมี พบในระดับไม่เคยถึงระดับแพ้บางชนิด โดยพบค่าเฉลี่ย 1.7 โดยบริเวณที่พบการแพ้ พบว่าการแพ้อยู่ที่ลำตัวถึงหน้าและลำตัวส่วนใหญ่ โดยพบค่าเฉลี่ย 2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรเป็นกลุ่มที่ละเอียดอ่อนกับการดูแลตนเอง เช่น การชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ พบว่ากลุ่มที่ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ พบในระดับน้อยถึงปานกลาง

โดยพบค่าเฉลี่ยที่ 2.9 ส่วนความต้องการใช้โลชั่นเป็นประจำ พบในระดับ ปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.6 และการรักษาผิวโดยการใช้น้ำมันหรือครีมกันแดดเป็นประจำ พบในระดับปานกลางถึงมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.5 ส่วนการคุ้นเคยหรือรู้จักสมุนไพรไทย พบในระดับปานกลางคือ รู้จักสมุนไพรเพื่อการดูแลผิวพรรณ 5 -10 ชนิดหรือน้อยกว่า ส่วนการรักษาผิวพรรณ โดย เคยไปคลินิกผิวหนังมีในระดับ ไม่บ่อยถึงบ่อย โดยพบค่าเฉลี่ยในระดับ 2.6 และส่วนการเคยใช้สมุนไพรเพื่อถนอมผิวพรรณ พบในระดับเคยบ้างถึงบ่อยๆ โดยพบค่าเฉลี่ย 1.8 ความต้องการผลิตภัณฑ์ ในที่นี้หมายถึงรวมถึงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์จำพวกยาแผนโบราณ ทรายี่ห่อ และบรรจุภัณฑ์ พบว่าสรรพคุณเด่นชัดของเครื่องสำอางสมุนไพรไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 ความต้องการสินค้าอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์จำพวกยาแผนโบราณ พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 ส่วนการซื้ออันเนื่องมาจากทรายี่ห่อ พบในระดับ น้อยถึงปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9 ส่วนการซื้ออันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 การเปลี่ยนแปลงด้านการจัดจำหน่าย และราคา พบว่าการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต สร้างความมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ พบอยู่ในระดับ น้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9 และการตัดสินใจซื้ออันเนื่องมาจากราคาถูกซึ่งให้ผลทางสรรพคุณเท่าๆ กัน พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.3 ส่วนการซื้อเพราะเหตุราคาถูก พบในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 ด้านการบริการ คือสามารถหาซื้อง่าย พบว่าความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก การหาซื้อง่าย พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 และความต้องการซื้ออันเนื่องมาจาก การมีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบในระดับปานกลาง ถึงค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.7 ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มลูกค้ามีความรู้ด้านสมุนไพรไทย พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2 ส่วนใหญ่มีความรู้ เคยทำใช้เอง พบในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1 และกลุ่มลูกค้าอยากจะทำเองมีระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.4

3. ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับวัตถุประสงค์กิจการ (1)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่าตัวแปรอิสระด้านการขยายโอกาสทางการตลาด คือ ด้าน 1. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ท่านอยากให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 5. ควบคุมน้ำหนัก 6. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ในแรงดลใจ ด้านความเชื่อประโยชน์ของสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามร้อยละ 32.3

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้

อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ในแรงดลใจ ด้านคุณภาพที่ดีของสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 34.6

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. อยากให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้เพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ ในมาตรฐานความปลอดภัยของสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 35.4

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย 6. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ในแรงดลใจ ด้านอยากทดลองสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 30.1

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้สมุนไพรต่อต้านความชรา 6. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ ในการอยากไปเที่ยวงานสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.8

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. อยากให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้สมุนไพรต่อต้านความชรา 6. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านวัฒนธรรม ในส่วนต้องการอนุรักษ์ รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 29.6

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ต้องการให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 5. ควบคุมน้ำหนัก 6. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านวัฒนธรรม ในส่วนความเชื่อที่ว่าภูมิ

ปัญญาไทย เป็นสิ่งสร้างสรรค์ที่ควรดำรงไว้ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 44.6

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านสถาบัน ในส่วน การยินดีซื้อ และต้องการรักษากับผู้ผลิตที่บ้าน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 21.2

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านสถาบัน ในส่วนความยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นใช้ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 36.4

สรุป ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับวัตถุประสงค์กิจการ การขยายโอกาสทางการตลาดมีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านแรงดลใจ ในระดับความสัมพันธ์ 34.44 การขยายโอกาสทางการตลาดมีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านวัฒนธรรม ในระดับความสัมพันธ์ 37.1 และการขยายโอกาสทางการตลาดมีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการ ด้านสถาบัน ในระดับความสัมพันธ์ 27.3 กล่าวในภาพรวม การขยายโอกาสทางการตลาดมีผลต่อ วัตถุประสงค์กิจการในภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์ 33.44

4. ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับกลยุทธ์การตลาด (2)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่าตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ การเปลี่ยนแปลงลูกค้า ด้านการแก้ปัญหาผิวพรรณ ในส่วน การใช้ได้ทั้งยาแพทย์แผนไทย หรือยาแผนตะวันตก ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 26.9

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ การเปลี่ยนแปลงลูกค้า ด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร ในส่วนสูตรยาขนานใหม่ที่มีการปรับปรุง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 29.3

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ควบคุมน้ำหนัก 3. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 4. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ การเปลี่ยนแปลงลูกค้า ด้านการเปลี่ยนแปลงคู่แข่ง ด้านไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 28.1

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรัฐมีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพร 3. รัฐสนับสนุนส่งเสริมสุขภาพแพทย์แผนไทยควบคุมน้ำหนัก 4. ควบคุมน้ำหนัก มีผลต่อ กลยุทธ์ ด้านสมุนไพรไทยมีสารพิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 31.1

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรัฐมีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพร 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ กลยุทธ์ ด้านการแก้ปัญหาผิวพรรณด้วยสมุนไพรไทย เข้ากว่ายาแผนตะวันตก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 35.3

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรัฐมีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพร 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ กลยุทธ์ ด้านการแก้ปัญหาผิวพรรณด้วยสมุนไพรไทย เข้ากว่ายาแผนตะวันตก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 33.4

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. รัฐสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 3. ควบคุมน้ำหนัก มีผลต่อ กลยุทธ์ ด้านกลวิธี พอใจสมุนไพรไทย แต่อยากรักษาตามสถานพยาบาลรัฐที่มีผลมาจาก การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 27.0

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. รัฐวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. รัฐพัฒนาทั้งยาตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า กับ การขยายโอกาสทางการตลาดความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 37.2

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแล รับผิดชอบต่อคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. รัฐวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐสนับสนุนส่งเสริมป้องกัน ปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า มีความฉลาดทางภูมิปัญญา สามารถรักษาโรคได้มาก กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 40.2

ตัวแปรอิสระ ด้านการขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแล รับผิดชอบต่อคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. รัฐวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐสนับสนุนส่งเสริมป้องกัน ปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. รัฐ พัฒนายาตะวันตกมากกว่าแผนไทย มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า การสร้างความผิดหวัง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 38.5

สรุป ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด กับกลยุทธ์การตลาด การขยายโอกาส ทางการตลาด มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านการเปลี่ยนแปลงลูกค้า ในระดับความสัมพันธ์ 28.16 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลยุทธ์ ในระดับความสัมพันธ์ 33.2 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลวิธี ในระดับความสัมพันธ์ 30.2 การ ขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า ในระดับความสัมพันธ์ 38.6 ใน ภาพรวม ความสัมพันธ์การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ในระดับ ความสัมพันธ์ 32.72

5. ความสัมพันธ์ การขยายโอกาสทางการตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด (3)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. การใช้ สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า ในกลุ่มอายุ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 11.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. ความต้องการอยากให้รัฐบาลเข้ามา ดูแลรับผิดชอบต่อคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. การใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 3. รัฐพัฒนา ยาตะวันตกมากกว่าแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า ในระดับรายได้ กับ การ ขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 16.3

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ในภาพรวมไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ ส่วน ประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า ในระดับการศึกษา กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ว่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 10.2

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. การใช้สมุนไพรรักษาต่อด้านความ ชรา 2. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กลุ่มที่มีปัญหาด้านผิวพรรณกับ การขยายโอกาสทางการตลาด ซึ่ง ความสัมพันธ์นี้ยังไม่ประจักษ์ชัดมากเนื่องด้วยค่าสัมประสิทธิ์อยู่ในระดับ 0.057 และ 0.053 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 13.8

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกัน ปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 2. การใช้สมุนไพรรักษาต่อด้านความชรา มีผลต่อ ส่วน ประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กลุ่มที่มีการแพ้สารเคมี กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 12.6

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกัน คุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. การใช้ สมุนไพรเพราะการควบคุมน้ำหนัก มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กลุ่มบริเวณที่มี การแพ้สารเคมี (มาก น้อย) กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 11.4

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกัน คุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อด้านความชรา 5. อยากรัฐพัฒนาการมี ส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย 6. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตก และยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่มีการอาบน้ำร้อนเป็นประจำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากรัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกัน คุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากรัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาล สนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้ อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อด้านความชรา 6. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตก และยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่มีการใช้โลชั่นเป็นประจำความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 34.3

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 5. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่มีการใช้ร่วม หรือครีมนั้นแต่เป็นประจำ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.0

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1. อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่รู้จักสมุนไพรไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 13.4

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย 7. อยากให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเคยไปคลินิกโรคผิวหนัง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 27.6

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2.ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 19.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มสรรพคุณสมุนไพรที่เป็นจริง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.2

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้มีการพัฒนาระบบบริการสุขภาพด้วยยาไทยมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทาง

การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มความต้องการยาชุดโบราณ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 19.0

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตราหยี่ห้อ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 41.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. รัฐพัฒนาในยาตะวันตกมากกว่าแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ทางอินเทอร์เน็ต กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. รัฐพัฒนาในยาตะวันตกมากกว่าแผนไทย 7. รัฐพัฒนาการทั้งยาตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เหตุผลหลักในการใช้เพราะถูกส่วนสรรพคุณมีผลเท่าๆกัน กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 44.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. รัฐบาลสนับสนุนส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยมากขึ้น 4. ควบคุมน้ำหนัก 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 6. รัฐพัฒนาในยาตะวันตกมากกว่าแผนไทย 7. รัฐพัฒนาการทั้งยาตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ราคาถูก กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 36.5

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.อยากให้รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ควบคุมน้ำหนัก มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขาย โดยคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติ กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 11.5

สมุนไพรไทยใช้เอง กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 38.9

ตัวแปรอิสระ การขยายโอกาสทางการตลาด ด้าน 1.รัฐบาลเข้ามาดูแลรับประกันคุณภาพสมุนไพรที่ขาย 2. ท่านอยากให้รัฐบาลเข้ามามีบทบาทวิจัยคุณภาพสมุนไพรมากขึ้น 3. ควบคุมน้ำหนัก ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ โดยยินดีปรับปรุงสมุนไพรใช้ ถ้ามีผู้สอน กับ การขยายโอกาสทางการตลาด ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 33.3

สรุป ความสัมพันธ์ การขยายโอกาสทางการตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลูกค้า ในระดับความสัมพันธ์ 12.63 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย ในระดับความสัมพันธ์ 37.6 สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมดูแลผิวพรรณและสุขภาพสูง ส่วนในกลุ่มเป้าหมายที่รู้จักสมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์ที่ต่ำกว่า คือ 20.16 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับความสัมพันธ์ 40.35 โดยเฉพาะสรรพคุณและตรายี่ห้อ ส่วนยาชุดโบราณ มีความสัมพันธ์ต่ำกว่าคือ 19.0 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในระดับความสัมพันธ์ 40.5 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสัมพันธ์ 43.5 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขาย ในระดับความสัมพันธ์ 32.46 โดยพบการขาย โดยคำแนะนำจากแพทย์ มีค่าในระดับความสัมพันธ์สูงสุด คือ 50.3 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ ในระดับความสัมพันธ์ 33.2 การขยายโอกาสทางการตลาด มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ในระดับความสัมพันธ์ 36.3 โดยในภาพรวม ความสัมพันธ์ การขยายโอกาสทางการตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในระดับ 28.69

6. ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ กับ กลยุทธ์การตลาด (4)

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. งานสมุนไพร 5. ใช้สมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด กับการเปลี่ยนแปลงลูกค้า ด้านการสามารถใช้ได้ทั้งยาไทยและยาแผนตะวันตก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 28.1

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. งานสมุนไพร ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด กับการเปลี่ยนแปลงลูกค้า ความต้องการสมุนไพรแบบยาวนานใหม่ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 21.7

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. งานสมนไพร 4.. ใช้สมนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด กับการเปลี่ยนแปลงคู่แข่ง ด้านการไม่รังเกียจสมนไพรจีนและญี่ปุ่น ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 23.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. งานสมนไพร ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด กับการเปลี่ยนแปลงคู่แข่ง ด้านสารมีพิษตกค้างน้อยกว่า เครื่องสำอางสารเคมี ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.1

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. อยากรทดลอง 4.. ใช้สมนไพรเพราะต่อต้านความชรา 5. อยากรให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลยุทธ์ ในการแก้ปัญหาด้วยสมนไพรช้ากว่ายาตะวันตก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 30.5

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. งานสมนไพร 5. ใช้สมนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลวิธี กับการเห็นสรรพคุณชัดเจน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 36.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. อยากรทดลอง ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลวิธี การอยากรรักษาตามสถานพยาบาล ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 17.1

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. งานสมนไพร 4. การใช้สมนไพรเพราะการต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านกลวิธี กับการ ความชอบในสมนไพรไทยแต่ต้องการความมั่นใจด้วยการพิสูจน์ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 25.9

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. การใช้สมนไพรเพราะการต่อต้านความชรา 5. รัฐพัฒนาทั้งยาตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า กับการสามารถในการแก้ปัญหาผิวพรรณ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 23.4

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. อยากรทดลอง 4. การใช้สมนไพรเพราะการต่อต้านความชรา 5. รัฐพัฒนาทั้งยาตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ กล

ยุทธการตลาด ด้านคุณค่า กับ มีความฉลาดในการรักษาโรคมามาก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 31.5

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. อยากรทดลอง 4. งานสมุนไพรม 5. การใช้สมุนไพรมเพราะการต่อต้านความชรา 5. รัฐพัฒนาขายตะวันตกมากกว่ายาแผนไทย ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า กับ การสร้างความผิตหวัง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 39.9

สรุป วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านการเปลี่ยนแปลง ในลูกค้าและ คู่แข่ง พบมีระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 24.53 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้าน กลยุทธ์ มีระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 34.8 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้าน กลวิธี มีระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 26.6 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด ด้านคุณค่า มีระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 31.6 โดยในภาพรวม ความสัมพันธ์ วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ กลยุทธ์การตลาด มีระดับความสัมพันธ์ 28.89

7. ความสัมพันธ์วัตถุประสงค์กิจการ กับ ส่วนประสมทางการตลาด (5)

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ในลูกค้า ด้านอายุ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. อยากรทดลอง ที่มีผลต่อ ส่วน ประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กับ ระดับรายได้ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ กับ ตัวแปรตามร้อยละ 18.9

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1.เชื่อประโยชน์ 2. มาตรฐานปลอดภัย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กับ ระดับการศึกษา ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.5

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. อยากรทดลอง 2. รัฐยาแผนตะวันตกมากกว่าแผน ไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กับ ปัญหาผิวหนัง ความสัมพันธ์ของ ตัว แปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 12.5

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. อยากรทดลอง 2. ใช้สมุนไพรมเพราะต่อต้านความ ชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กับ การแพ้สารเคมี ความสัมพันธ์ของ ตัว แปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 11.9

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื่อประโยชน์ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านกลุ่มลูกค้า กับ บริเวณการแพ้สารเคมี ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ กับ ตัวแปรตามร้อยละ 12.7

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. งานสมุนไพร 3. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 4. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. งานสมุนไพร 3. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 4. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ ใช้โลชั่นเป็นประจำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.3

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. อยากรทดลอง 3. งานสมุนไพร 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 5. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมในยาแผนตะวันตกมากกว่าแผนไทย 6. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ ใช้ร่มหรือครีมกันแดดเป็นประจำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 31.6

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. งานสมุนไพร 2. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 3. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ รู้จักสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 15.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. อยากรทดลอง 3. งานสมุนไพร 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 3. อยากรัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ การเคยไปคลินิก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 28.3

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. ใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กับ เคยใช้สมุนไพร ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 24.2

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมุนไพร 6. ใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ สรรพคุณตรงตามข้อมูลที่บอกความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 53.6

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. งานสมุนไพร 4. ใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ ความต้องการยาชุดแผนโบราณ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 23.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมุนไพร 6. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ ทรายี่ห้อ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 36.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. อยากรทดลอง 4. งานสมุนไพร 5. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ บรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 44.6

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. อยากรทดลอง 3. งานสมุนไพร 4. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับ การขายทางอินเทอร์เน็ต ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 38.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมุนไพร 6. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา 7. อยากรให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับ เหตุผลหลักในการใช้เพราะถูกส่วนสรรพคุณมีผลเท่าๆกัน (การค้ำค่าด้านราคา) ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.1

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมุนไพร 6. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ ราคาถูก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 45.0

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขาย กลุ่มคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขาย กลุ่มคำบอกเล่าจากแพทย์แนะนำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 36.3

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจกรรม ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมุนไพร 6. ท่านใช้อาหารเสริมสมุนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขาย กลุ่มคำบอกเล่าจากผู้ขายชักชวน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 51.9

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมนไพร มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ จาก การหาซื้อง่าย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 37.8

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมนไพร 6. ใช้อาหารเสริมสมนไพรเพราะต่อต้านความชรา 7. อยากรให้รัฐพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งยาแผนตะวันตกและยาแผนไทย มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 51.4

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. งานสมนไพร 5. ใช้อาหารเสริมสมนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ในกระบวนการ ด้านความรู้สมนไพร ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.4

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมนไพร 6. ใช้อาหารเสริมสมนไพรเพราะต่อต้านความชรา มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ในกระบวนการ ด้านเคยทำใช้เอง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 38.7

ตัวแปรอิสระ วัตถุประสงค์กิจการ ด้าน 1. เชื้อประโยชน์ 2. คุณภาพดี 3. มาตรฐานปลอดภัย 4. อยากรทดลอง 5. งานสมนไพร มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ในกระบวนการ ยินดีทำใช้เอง ถ้ามีผู้สอน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 38.5

สรุป วัตถุประสงค์กิจการ กับ ส่วนประสมการตลาด พบระดับความสัมพันธ์โดย วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านลูกค้า พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 14.25 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านกลุ่มเป้าหมาย พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 31.35 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 39.7 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 44.05 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 38.8 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านการขยาย พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 34.33 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านการบริการ พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 44.6 วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ พบระดับความสัมพันธ์ร้อยละ 40.2 โดยภาพรวมพบว่า วัตถุประสงค์กิจการ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด มีค่าความสัมพันธ์ร้อยละ 32.15

8. ความสัมพันธ์กลยุทธ์การตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด (6)

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด พบไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ใน
ลูกค้า ด้านอายุ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 13.0

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การยินดีใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ความต้องการ
สมุนไพรแบบยาวนานใหม่ 3. เห็นสรรพคุณชัดเจน ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มลูกค้า
ด้านรายได้ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 19.7

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด พบไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ใน
กลุ่มลูกค้า ด้านระดับการศึกษา ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ
13.3

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 2. ต้องการความ
มั่นใจด้วยการพิสูจน์ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มลูกค้า ด้านผู้ที่มีปัญหาผิวหนัง
ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 16.9

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด พบไม่มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด
กลุ่มลูกค้า ด้านการแพ้สารเคมี ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ
11.6

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. สมุนไพรแบบยาวนานใหม่ ที่มีผลต่อ ส่วนประสม
ทางการตลาด กลุ่มลูกค้า ด้านบริเวณปัญหาผิวหนัง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์
กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.3

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ต้องการสมุนไพรแบบ
ยาวนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 5. ท่านคิดว่าการ
แก้ปัญหาด้วยสมุนไพรช้ากว่ายาตะวันตก 6. เห็นสรรพคุณชัดเจน 7. อยากรักษาตามสถานพยาบาล
8. ต้องการความมั่นใจ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ที่ชอบอาบน้ำร้อน
ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 32.0

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ต้องการสมุนไพรแบบ
ยาวนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 5. ท่านคิดว่าการ
แก้ปัญหาด้วยสมุนไพรช้ากว่ายาตะวันตก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ที่
ใช้โลชั่นเป็นประจำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 35.5

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ต้องการสมุนไพรแบบ
ยาวนานใหม่ 3. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. ต้องการความมั่นใจ 5. แก้ปัญหาผิวพรรณ 6. รักษา
โรคมามาก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ใช้ร่วม หรือครีมกันแดดเป็น
ประจำ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 30.3

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. แก้ปัญหาผิวพรรณ ที่มี
ผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่รู้จักสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระ
มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.6

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีน และญี่ปุ่น 3. ท่านคิดว่าการแก้ปัญหาด้วยสมุนไพรช้ากว่ายาตะวันตก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่เคยไปคลินิกโรคผิวหนัง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 22.9

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีน และญี่ปุ่น 3. เห็นสรรพคุณชัดเจน 4. มีความฉลาดในการรักษาโรคมามาก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 25.1

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีน และญี่ปุ่น 3. เห็นสรรพคุณชัดเจน 4. มีความฉลาดในการรักษาโรคมามาก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มผลิตภัณฑ์ มีสรรพคุณตรงตามที่ผู้ขายบอก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 47.7

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. เห็นสรรพคุณชัดเจน 4. แก้ปัญหาผิวหนัง ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มผลิตภัณฑ์ ที่มีความต้องการในยาชุดโบราณ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 30.4

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4 .พิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี 5. เห็นสรรพคุณชัดเจน 6. รักษาโรคมามาก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มผลิตภัณฑ์ ในตราหยี้อ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 44.8

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4 .พิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี 5. เห็นสรรพคุณชัดเจน ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มผลิตภัณฑ์ ในบรรจุภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 35.6

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4 .พิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี 5. เห็นสรรพคุณชัดเจน 6. อยากรักษาตามสถานพยาบาล 7. ต้องการความมั่นใจ 8. รักษาโรคมามาก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มการจัดจำหน่าย ในขายทางอินเทอร์เน็ต ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 43.5

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4 .พิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มราคา ในความคุ้มค่า ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 41.2

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. ท่านคิดว่าการแก้ปัญหาด้วยสมุนไพรช้ำกว่ายาตะวันตก 5. เห็นสรรพคุณชัดเจน 6. ต้องการความมั่นใจ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มราคา ในราคา ถูก ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 40.0

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. พืชตกค้ำน้อยกว่า สารเคมี ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มการขาย ในคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 14.4

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 5. ท่านคิดว่าการแก้ปัญหา ด้วยสมุนไพรช้ำกว่ายาตะวันตก 6. เห็นสรรพคุณชัดเจน ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่ม การขาย ในคำบอกเล่าจากแพทย์แนะนำ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปร ตามร้อยละ 37.6

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.ยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่ รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 5. การต้องการความมั่นใจ ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มการขาย ในคำบอกเล่าจากผู้ขาย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 33.4

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.การใช้ได้ทั้งยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนาน ใหม่ 3. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. เห็นสรรพคุณชัดเจน 5. แก้ปัญหาผิวหนัง 6. รักษาโรคมก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มการบริการ ในการหาซื้อง่าย ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 55.4

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. ยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. พืช ตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. เห็นสรรพคุณชัดเจน 5.อยากรักษาตามสถานพยาบาล 6. ความฉลาดทาง ภูมิปัญญาในการรักษาโรคมก ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มการบริการ ในการมี มาตรฐานสินค้า ตรายอาหารและยากำกับ ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปร ตามร้อยละ 42.5

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.ยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่ รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. เห็นสรรพคุณชัดเจน 5.เห็นสรรพคุณ ชัดเจน ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มกระบวน ในความรู้ด้านสมุนไพรไทย ความสัมพันธ์ ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 45.7

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน1.ยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่ รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พืชตกค้ำน้อยกว่าสารเคมี 4. เห็นสรรพคุณชัดเจน 5.เห็นสรรพคุณ ชัดเจน ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มกระบวน ในการเคยทำสมุนไพรใช้เอง ความสัมพันธ์ ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 51.5

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1.ยาไทยยาฝรั่ง 2. สมุนไพรแบบยาขนานใหม่ 3. ไม่รังเกียจสมุนไพรจีนและญี่ปุ่น 4. พิษตกค้างน้อยกว่าสารเคมี 4. อยากรักษาตามสถานพยาบาล ที่มีผลต่อ ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มกระบวน ในการยินดีปรุงสมุนไพรใช้เอง ถ้ามีผู้สอน ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตามร้อยละ 56.5

ตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การตลาด ด้าน 1. สร้างความผิดหวัง ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาด กลุ่มลูกค้า ด้านรายได้ การแพ้สารเคมี กลุ่มเป้าหมาย ในด้านผู้ที่ชอบอาบน้ำร้อนเป็นประจำ ใช้โลชั่นเป็นประจำ ใช้ร่ม หรือครีมกันแดดเป็นประจำ เคยไปคลินิกโรคผิวหนัง เคยใช้สมุนไพร กลุ่มผลิตภัณฑ์ ด้าน สรรพคุณสมุนไพรที่เป็นจริง ยาชุดโบราณ ทรายี่ห่อ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มการจัดจำหน่าย ด้านการซื้อทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มราคา ด้านความคุ้มค่า ราคาถูก กลุ่มการขาย ด้านคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือญาติ คำบอกเล่าจากแพทย์ คำบอกเล่าจากผู้ขาย กลุ่มบริการ ด้านการหาซื้อง่าย กลุ่มกระบวนการ ด้านผู้ที่สนใจศึกษาความรู้ด้านสมุนไพร เคยทำสมุนไพรใช้เอง ยินดีปรุงสมุนไพรถ้ามีผู้สอน

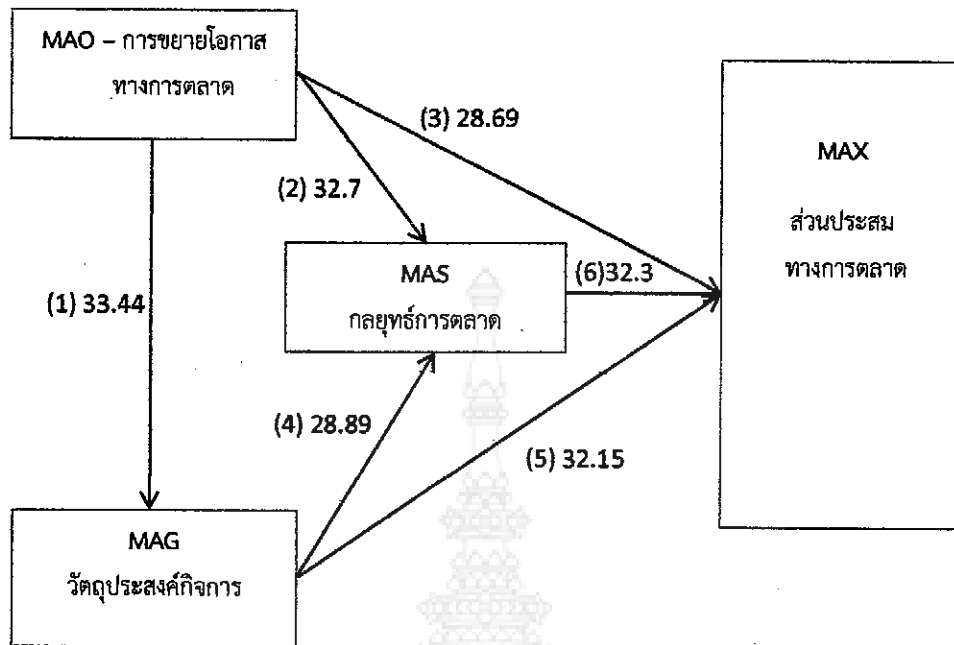
สรุป ความสัมพันธ์กลยุทธ์การตลาด กับ ส่วนประสมทางการตลาด พบความสัมพันธ์ กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มลูกค้า พบระดับความสัมพันธ์ 14.8 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มเป้าหมาย พบระดับความสัมพันธ์ 26.73 โดยกลุ่มเป้าหมายที่ดูแลผิวพรรณ คือ กลุ่มที่อาบน้ำร้อน ใช้โลชั่น ใช้ร่ม หรือครีมกันแดดเป็นประจำ มีระดับความสัมพันธ์สูงกว่า โดยมีระดับความสัมพันธ์ 30.6 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบระดับความสัมพันธ์ 39.62 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มการจัดจำหน่าย พบระดับความสัมพันธ์ 43.5 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มราคา พบระดับความสัมพันธ์ 40.6 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มการขาย พบระดับความสัมพันธ์ 28.46 โดยคำแนะนำจากแพทย์ พบระดับความสัมพันธ์สูงสุด 37.6 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มการบริการ พบระดับความสัมพันธ์ 48.95 กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด ในกลุ่มกระบวนการ พบระดับความสัมพันธ์ 51.23 ในภาพรวม กลยุทธ์การตลาด ที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาด มีระดับความสัมพันธ์ 32.3

อภิปรายผล

จากความสัมพันธ์ ของ การขยายโอกาสทางการตลาด วัตถุประสงค์กิจการ กลยุทธ์การตลาด ส่วนประสมการตลาด พบความสัมพันธ์ในภาพรวม ดังนี้

1. MAO	→	MAG	ความสัมพันธ์	33.44
2. MAO	→	MAS	ความสัมพันธ์	32.7
3. MAO	→	MAX	ความสัมพันธ์	28.69
4. MAG	→	MAS	ความสัมพันธ์	28.89
5. MAG	→	MAX	ความสัมพันธ์	32.15

6. MAS → MAX ความสัมพันธ์ 32.3



จากความสัมพันธ์ ของ ตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อ ตัวแปรตาม พบความสัมพันธ์ คือ การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์กิจการ ในระดับปานกลาง การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับปานกลาง วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับ ค่อนข้างน้อย การขยายโอกาสทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับ ส่วนประสมทางการตลาด ค่อนข้างน้อย วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์ กับ กลยุทธ์การตลาด ในระดับค่อนข้างน้อย วัตถุประสงค์กิจการ มีความสัมพันธ์กับ ส่วนประสมทางการตลาด ในระดับปานกลาง กลยุทธ์การตลาด มีความสัมพันธ์ กับ ส่วนประสมทางการตลาด ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. จากความสัมพันธ์ข้างต้น พบว่า กลุ่มที่แสดงความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญในการทดสอบหลายความสัมพันธ์ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย ในส่วนผู้ที่ใส่ใจกับสุขภาพผิว เช่น การอาบน้ำร้อนเป็นประจำ การใช้โลชั่นกันแดด และ การใช้ครีมกันแดดเป็นประจำ มีความสัมพันธ์สูงต่อ ส่วนประสมทางการตลาด จึงควรทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษากลยุทธ์การตลาด พบว่า ความสัมพันธ์ที่มีสูงมาก คือ นโยบายผลิตภัณฑ์ ทางด้านสรรพคุณ และ ความคุ้มค่าทางด้านราคา จึงควรทำการศึกษาเรื่อง มาตรฐานคุณภาพ เพิ่มเติมในครั้งต่อไป
3. ตัวแปรด้าน ความต้องการให้รัฐรับประกันคุณภาพสมุนไพรไทย นับเป็นตัวแปรสำคัญที่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติม



บรรณานุกรม

- Asean Industrial . (2014). *Strong Education for SMEs before AEC Trade Barrier is not the Same Standard*. กรุงเทพฯ: บริษัท คีลิตี ทริปเปิ้ล พู จำกัด.
- burg, R. J. (2003). *Wisdom, Interlligence, and Creativity Synthesized*. Canterbury : Cambridge University Press.
- Euromonitor, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย. (2256). ความพร้อมของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เพื่อการก้าวสู่การเป็น AEC โดยกรณีการ์ จารสุรสิน, ศสมณี เกษกิจจา. *Cosmetics Opportunities in Thailand*. กรุงเทพฯ.
- Fritzsche, C. (1995). *The Business Policy Game*. USA: Prentice Hall International Edition.
- Jopper, D. (1998). Segmentation consumer markets. In D. Jopper, *Priciples and Practice of Marketing*. USA: McGraw-Hill.
- JSP Herbal Center. (2016, กันยายน 1). *JSP Herbal Center*. Retrieved from <https://jumrut007.wordpress.com>: <https://jumrut007.wordpress.com>
- marketingthai. (2010, 04). *marketingthai*. Retrieved from marketing.blog.com: http://marketing.blog.com/2010/4/marketing_plan04.html
- Phillip Kotler, G. A. (2009). *principle pf Marketing*. Global Editionน 15 edition.
- Porter, M. E. (1990). *Compeitive Advantage of Nation*.
- rethinkmarketing. (2016, August 1). *Marketing 5strategy*. East Bunbury, WA 6320, Australia.
- SME Thailand Magazine. (2016). *สำรวจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด.
- แพรวพิทยา, ส. ม. (n.d.). *พืชสมุนไพรเครื่องสำอาง*. Retrieved 10 8, 2016, from www.technologyudru.com: www.technologyudru.com/images/column_1280376579/Colum7.pdf
- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, ก. (2016, กันยายน 1). *การประเมินสารสกัดในประเทศไทย*. (กระทรวงสาธารณสุข, Performer) มหกรรมสมุนไพรไทยแห่งชาติ ครั้งที่ 13 , กรุงเทพฯ, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2016, มีนาคม 1). *ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. Retrieved from www.dbd.go.th/download/document: www.dbd.go.th/download/document

กลุ่มสถิติประชากร สำนักสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557, กันยายน 1). *รายงานผลเบื้องต้น การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ, ประเทศไทย: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

งานวิจัยของฝ่ายเภสัชและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2546, กุมภาพันธ์ 22). *พืชสมุนไพร*. *เคล็ดลับ*, p. 15.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557, เมษายน 6). *Logistics Max*. Retrieved ตุลาคม 9, 2559, from <http://www.freightmaxad.com>: <http://www.freightmaxad.com>

ปรัชญพทุทธ์, พ. (ก.ด.). *การรักษาโรคผิวหนังที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ และการดูแลผิวพรรณสำหรับผู้สูงอายุ*. (p. 10). กรุงเทพฯ: สถาบันโรคผิวหนัง กรมการแพทย์.

กก. ประสิทธิ์ ศรีทิพย์สุโข, ก. พ. (2549). *เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างไรไม่ถูกหลอก. การบรรยายวิชาการ กรมพัฒนาฯ*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานพัฒนาวิชาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร สถาบันการแพทย์แผนไทย.

ภัททีศัลยพงศ์, ก. ค. (2016). *การควบคุมคุณภาพยาแผนโบราณและยาพัฒนาจากสมุนไพร*. *มหกรรมสมุนไพรไทยแห่งชาติ ครั้งที่ 13*. กรุงเทพฯ: กลุ่มยาแผนไทยและยาจากสมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.

มูลนิธิสุขภาพไทย . (2015). *มูลนิธิสุขภาพไทย Thai Holistic Health Foundation*. Retrieved 10 9, 2016, from www.thaihof.org: www.thaihof.org

วิพรรณ ประจวบเหมาะ, ร. ค. (2542). *การส่งเสริมสุขภาพกับปีศาจที่ร้ายกว่าค้ายผู้สูงอายุปี 2542. ส่วนอนามัยผู้สูงอายุ สำนักส่งเสริมสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีจรรย์, น. (2558, สิงหาคม 5). *กรอบทิศทางแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข*, p. 4.

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย. (2556). *Value Chain (Product) Health and Beauty*. วรสาร.

สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *ฐานข้อมูลสมุนไพรไทยที่ใช้ทางเครื่องสำอาง*. Retrieved 10 9, 2559, from tmpcd.fda.moph.go.th: tmpcd.fda.moph.go.th

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). *ตารางบัญชีการผลัด ปี 2548*. กรุงเทพฯ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2557). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร. (2558, มกราคม 6). *ตลาดขาในเวียดนาม*. ฮานอย, ฮานอย, เวียดนาม.

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *โอกาสทางการตลาดใน เวียดนาม ลาว กัมพูชา*.

Retrieved ตุลาคม 9, 2559, from สทว.สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : www.sme.go.th

