

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่เคยฝึกโยคะจากสถานบริการฝึกโยคะ จำนวน 200 ราย โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ (ตารางที่ 1 -6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่ที่ให้บริการ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการและด้านบุคคล(บุคลากรหรือพนักงาน)(ตารางที่ 7 – ตาราง ที่ 14)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 15 – 35)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	52	26.0
หญิง	148	74.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.0 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตารางที่ 2 แสดง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	24	12.0
21-30 ปี	32	16.0
31-40 ปี	72	36.0
41-50 ปี	52	26.0
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	20	10.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาได้แก่ อายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 51 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	100	50.0
สมรส	72	36.0
หย่าร้าง	28	14.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 36.0 อายุ และสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	40	20.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	20	10.0
ปริญญาตรี	100	50.0
สูงกว่าปริญญาตรี	40	20.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.0 และการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอนุปริญญาหรือเทียบเท่า. คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	12.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	12	6.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	8.0
พนักงานเอกชน	40	20.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	108	54.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมามีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 6.0 แม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้หลักต่อเดือน

รายได้หลักต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	32	16.0
10,001 – 20,000 บาท	40	20.0
20,001 – 30,000 บาท	40	20.0
30,001 – 40,000 บาท	60	30.0
สูงกว่า 40,001 บาท	28	14.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้หลักต่อเดือน 30,001- 40,0000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาได้แก่ รายได้หลักต่อเดือน 10,00 – 20,000 บาทและรายได้ต่อเดือน 20,000 -30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้หลักต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 รายได้หลักต่อเดือนสูงกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟឹกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟឹกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.29	มาก	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	มาก	2
ด้านกระบวนการ	4.23	มาก	3
ด้านบุคคล	4.11	มาก	4
ด้านผลิตภัณฑ์	3.93	มาก	5
ด้านราคา	3.91	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.49	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.91) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการ โยคะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	24 (12.0)	44 (22.0)	96 (48.0)	16 (8.0)	20 (10.0)	3.18 (ปานกลาง)	4
คุณภาพของหลักสูตรโยคะ	68 (34.0)	104 (52.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	2
ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ	48 (24.0)	56 (28.0)	92 (46.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	3
ครูผู้ฝึกได้ผ่านการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี	120 (60.0)	80 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						3.93 (มาก)	

จากตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ด้านครูฝึกได้รับการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญในระดับมากในด้านคุณภาพของหลักสูตรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะในระดับมากเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการ ที่เหมาะสม	80 (40.0)	56 (28.0)	60 (30.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	3
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการ แสดงไว้ชัดเจน	100 (50.0)	36 (18.0)	64 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	2
มีราคาของการใช้บริการ เหมาะสมกับคุณภาพ	104 (52.0)	48 (24.0)	44 (22.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	1
มีช่องทางการชำระเงิน หลากหลาย	32 (16.0)	44 (22.0)	104 (52.0)	20 (10.0)	0 (0.0)	3.44 (ปาน กลาง)	5
มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ	68 (34.0)	28 (14.0)	68 (34.0)	28 (14.0)	8 (4.0)	3.60 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 9 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการ โยคะ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน	56 (28.0)	92 (46.0)	24 (12.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	112 (56.0)	60 (30.0)	20 (10.0)	8 (4.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	1
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	124 (62.0)	40 (20.0)	20 (10.0)	16 (8.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	124 (62.0)	44 (22.0)	12 (6.0)	16 (8.0)	4 (2.0)	4.34 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล						4.24 (มาก)	

จากตารางที่ 10 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.36) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย	60 (30.0)	72 (36.0)	64 (32.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	2
การโฆษณาทางโบว์ชัวร์ เอกสารแนะนำบริษัท	12 (6.0)	68 (34.0)	96 (48.0)	24 (12.0)	0 (0.0)	3.34 (ปานกลาง)	4
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ ชุมชน	12 (6.0)	48 (24.0)	88 (44.0)	52 (26.0)	0 (0.0)	3.10 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต	16 (8.0)	44 (22.0)	68 (34.0)	56 (28.0)	16 (8.0)	2.94 (ปานกลาง)	6
การมีคู่มือส่วนลด หรือ สะสมแต้มคะแนน	36 (18.0)	116 (58.0)	20 (10.0)	8 (4.0)	20 (10.0)	3.70 (มาก)	3
การให้โปรโมชันส่วนลดเงิน สด	96 (48.0)	48 (24.0)	28 (14.0)	8 (4.0)	20 (10.0)	3.96 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม แปดผล						3.49 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 11 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การให้โปรโมชันส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การมีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.70) สำหรับปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์ เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.34) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสภาพแวดล้อม
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โยคะ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การออกแบบสถานที่ให้บริการที่ สวยงามทันสมัย	64 (32.0)	88 (44.0)	36 (18.0)	4 (2.0)	8 (4.0)	3.98 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเท ดี	140 (70.0)	60 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70 (มากที่สุด)	1
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	108 (54.0)	72 (36.0)	12 (6.0)	8 (4.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	2
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดู ทันสมัย	76 (38.0)	84 (42.0)	20 (10.0)	20 (10.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.29 (มาก)	

จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือสถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำมีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดูทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โยคะ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึก สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	100 (50.0)	88 (44.0)	12 (6.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	1
มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน และหลังการฝึก	72 (36.0)	76 (38.0)	52 (26.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	3
ขั้นตอนในการจัดให้บริการ รวดเร็ว	68 (34.0)	96 (48.0)	36 (18.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.23 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกาย สุภาพเรียบร้อย	32 (16.0)	44 (22.0)	108 (54.0)	0 (0.0)	16 (8.0)	3.38 (ปานกลาง)	4
ครูผู้ฝึกแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	16 (8.0)	80 (40.0)	96 (48.0)	0 (0.0)	8 (4.0)	3.34 (ปานกลาง)	5
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์ สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	108 (54.0)	64 (32.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	3
เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจ ใจความต้องการของลูกค้า	100 (50.0)	84 (42.0)	16 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	2
ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการ ฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี	172 (86.0)	28 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.86 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล						4.11 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) และพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.86) และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.42) และเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.40) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.38) และครูผู้ฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝึกโยคะของผู้บริโภคใน
พื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝึกโยคะของ
ผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	3.08 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
คุณภาพของหลักสูตรโยคะ	3.92 (มาก)	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)
ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ	3.15 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.74 (มาก)
ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี	4.62 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.69 (มาก)	4.01 (มาก)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.18 (มาก)
มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ	4.46 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย	3.31 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ	3.85 (มาก)	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4.62 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.38 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	4.54 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.36 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.31 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.54) ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)
การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน	4.15 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)
การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด	4.46 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.23) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.08) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำ

บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.38) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.11) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย	3.54 (มาก)	4.14 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี	4.69 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	4.62 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.38 (มาก)	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี มีห้องรับรองและห้องน้ำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำ

(ค่าเฉลี่ย 4.32) การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงาม และทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	4.46 (มาก)	4.43 (มาก)	4.44 (มาก)
มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก	4.23 (มาก)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)
ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ		
	ชาย n=52	หญิง n=148	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.77 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม	3.69 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.40 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)
ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี	5.00 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ รองลงมา ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.81) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.41) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24)

3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝึกโยคะของผู้บริโภค ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกัน ทั่วไป	3.21 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
คุณภาพของหลักสูตร โยคะ	4.36 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)
ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูก วิธี	4.57 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตร โยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตร โยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย

3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม	3.79 (มาก)	4.39 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน	3.64 (มาก)	4.28 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ	3.93 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)	4.26 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย	3.29 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ	2.86 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.50 (มาก)	4.14 (มาก)	3.99 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในปัจจุบันย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	3.57 (มาก)	4.11 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.57 (มาก)	4.44 (มาก)	4.89 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	3.57 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	4.43 (มาก)	4.49 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง และสถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.89) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้

ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.61) สถานที่ให้บริการที่มีจอครบเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)
การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสาร แนะนำบริษัท	2.93 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน	2.86 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน	3.36 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)
การให้โปรโมชันส่วนลดเงินสด	3.71 (มาก)	4.33 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.26 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ในปีจ้อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชันส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.36) การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.07) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.93) และ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชันส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.94) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา การให้โปรโมชันส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.61)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย	3.93 (มาก)	4.22 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี	4.43 (มาก)	4.94 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	3.79 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.43 (ปานกลาง)	4.56 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.89 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากคือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมา มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.78) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.68) และมีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	4.00 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก	3.79 (มาก)	4.17 (มาก)	4.28 (มาก)	4.10 (มาก)
ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว	3.64 (มาก)	4.33 (มาก)	4.39 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.81 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี และ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.39) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ			
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.07 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.00 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า	4.21 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.42 (มาก)
ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี	4.64 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.86 (มาก)	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.00) และให้ความสำคัญในระดับ

ปานกลางคือ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และให้ความสำคัญในระดับมาก ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.44) เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝึกโยคะของ ผู้บริโภค ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001- 20,000 บาท n=40	20,001- 30,000 บาท n=40	30,001- 40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
คุณภาพของหลักสูตร โยคะ	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
ความหลากหลายของคอร์ส ในการฝึกโยคะ	3.38 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	4.20 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)
ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรม การสอนอย่างถูกวิธี	4.75 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตร โยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คุณภาพของหลักสูตร โยคะ

(ค่าเฉลี่ย 4.10) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย, 3.71) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001- 20,000 บาท n=40	20,001- 30,000 บาท n=40	30,001- 40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่าย บริการที่เหมาะสม	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)
มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่าย บริการแสดงไว้ชัดเจน	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	4.40 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
มีราคาของการใช้บริการ เหมาะสมกับคุณภาพ	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.26 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงิน หลากหลาย	3.25 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
มีการแบ่งชำระเงินเป็น งวดๆ	3.88 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ และมีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีช่องทางการชำระ

เงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001-20,000 บาท n=40	20,001-30,000 บาท n=40	30,001-40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท nN=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	4.00 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	4.48 (มาก)	4.43 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 10,0001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และสถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

รองลงมา สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.80) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.60) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.60) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.53) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.71) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.43) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001- 20,000 บาท n=40	20,001- 30,000 บาท n=40	30,001- 40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข้อมูลการให้บริการ ครบถ้วนทันสมัย	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.94 (มาก)
การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ ชุมชน	2.75 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
มีคู่มือส่วนลด หรือสะสม แต้มคะแนน	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
การให้โปรโมชั่นส่วนลด เงินสด	4.50 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 30,001-40,000 บาท และสูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญใน

ระดับมาก คือ มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสาร แนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมา การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.75) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสาร แนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน และการให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.40) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.20) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีคู่มือป้องกัน หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสาร แนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.14) และการโฆษณาทางสื่อเว็บไซต์, อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001-20,000 บาท n=40	20,001-30,000 บาท n=40	30,001-40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.43 (มาก)	3.98 (มาก)
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี	4.63 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
มีห้องรับรองและห้องน้ำ	4.25 (มาก)	4.30 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.20 (มาก)	4.43 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้อง

รับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.80) รองลงมา มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี และมีห้องรับรองและห้องน้ำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001- 20,000 บาท n=40	20,001- 30,000 บาท n=40	30,001- 40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึก สะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน และหลังการฝึก	4.25 (มาก)	3.80 (มาก)	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
ขั้นตอนในการจัดให้บริการ รวดเร็ว	4.13 (มาก)	3.90 (มาก)	4.40 (มาก)	4.13 (มาก)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.25 (มาก)	3.97 (มาก)	4.47 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาให้ความสำคัญ

ในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท n=32	10,001- 20,000 บาท n=40	20,001- 30,000 บาท n=40	30,001- 40,000 บาท n=60	สูงกว่า 40,001 บาท n=28	รวม N=200
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกาย สุภาพเรียบร้อย	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ครูฝึกแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	3.63 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.50 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจ ใจความต้องการของลูกค้า	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอด การฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็น อย่างดี	4.63 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา เจ้าหน้าที่

ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.30) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญระดับปานกลางคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.27) เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.60) และครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.71) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.57)