

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ญ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	9
การรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถาน บริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	15

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงธนใต้ จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ รายได้	23
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการศึกษา	54
อภิปรายผลการศึกษา	72
ข้อค้นพบ	74
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	80
แบบสอบถาม	80
ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	13
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	14
7 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟឹคโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	15
8 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	16
9 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการโยคะ	17
10 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	18
11 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	19
12 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	20
13 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	21
14 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโยคะ	22
15 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	23
16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ	24
17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	26
19	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ จำแนกตามเพศ	27
20	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตาม เพศ	28
21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	29
22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	30
23	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	31
24	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	33
25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุแสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	34
26	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	36
27	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการ จำแนกตาม อายุ	37
28	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	38
29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รายได้	40
30	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้	42
31	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	44
32	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	46
33	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้	50
35	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้	52
36	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามเพศ	59
37	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามอายุ	63
38	แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามอายุ	70
39	สรุปปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะ	75