บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้เล่นโยคะในพื้นที่กรุงธนใต้ จำนวน 200 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 26.0 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 72.0 รองลงมา อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 26.0 มีสถานภาพโสด มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 36.0 อายุ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 รองลงมา การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด ร้อยละ 54.0 รองลงมามีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 20.0 มีรายได้หลักต่อเดือน 30,001- 40,0000 บาท ร้อยละ 30.0 รองลงมา 10,000 – 20,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 20,000 -30,000 บาท ร้อยละ 20.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจากศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย4.23) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.91) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ด้านครูฝึกได้รับการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.60) และให้ความสำคัญในระดับมากในด้านคุณภาพของหลักสูตรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะในระดับมากเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.36) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การมีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.70) สำหรับปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์ เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.34) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางสื่อ เว็บไซด์ อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำมีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดูทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ จำแนกตามเพศ อายุ

3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 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)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก 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)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 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)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.23) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.08) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.38) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.11) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี มีห้องรับรองและห้องน้ำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมั (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.32) การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงาม และทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก 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)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.62:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.59:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (4.46:มากที่สุด)	มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (4.19:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (4.62:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (4.38:มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (4.46:มาก)	สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (4.38:มาก)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี มีห้องรับรองและห้องน้ำ เท่ากัน (4.69:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.70:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.46:มาก)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.43:มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (5.00:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.81:มากที่สุด)

3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาให้ความความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความความสำคัญในระดับมาก คือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.39)

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ มีการแบ่งชำรัเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการแบ่งชำรัเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.67)

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

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 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)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.89) รองลงมา สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.61) สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และให้ความสำคัญในระดับมากคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.36) การโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 3.07) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.93) และ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.94) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 2.61)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ 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) รองลงมาให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญในระดับมาก คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และการออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามและทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 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 และ41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.39) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.00) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี 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 เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.44) เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ		
	ต่ำกว่า 30 ปี n=56	31-40 ปี n=72	41 ปีขึ้นไป n=72
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.57:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.56:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.67:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (3.93:มาก)	มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพเท่ากัน (4.39:มาก)	มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (4.50:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (4.00:มาก)	สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (4.72:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (4.89:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (3.71:มาก)	การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (4.33:มาก)	ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (4.11:มาก)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.34:มาก)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.94:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.68:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.00:มาก)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.67:มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.56:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคคล	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.64:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.94:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.94:มากที่สุด)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ 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) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ คุณภาพของหลักสูตรโยคะ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ฝึกเป็นที่รู้จักกันทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.33)

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

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ และมีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการแบ่งชำรัเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และให้ควมสำคัญในระดับปานกลางคือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ สูงกว่า 40,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 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)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

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)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.00)ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมา การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.75) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 300) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน และการให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(ค่าเฉลี่ย 3.80) มีคูปองส่วนลด 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 ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา มีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาทางโบว์ชัวร์, เอกสารแนะนำบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.14) และการโฆษณาทางสื่อเวปไซท์, อินเตอร์เนต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำ (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)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้30,001-40,000 บาท 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)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.38) รองลงมา มีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท และ30,001-40,000 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) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก 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) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และเจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,0001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี 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 เจ้าหน้าที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และเจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ควมสำคัญระดันปานกลางคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.27) เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ผค่าเฉลี่ย 3.60) และครูฝึกแต่งกายสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.40)

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	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**
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.75:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.30:มาก)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.70:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.67:มากที่สุด)	ครูฝึกได้ผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี (4.57:มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ และมีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ เท่ากัน (3.88:มาก)	มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (4.00:มาก)	มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม (4.50:มากที่สุด)	มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (4.53:มากที่สุด)	มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ (4.29:มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (4.13:มาก)	สถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน (4.00:มาก)	สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง (4.80:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (4.67:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ (4.86:มากที่สุด)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงสรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	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**
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (4.50:มากที่สุด)	การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด (4.10:มาก)	ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (4.20:มาก)	ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (4.00:มาก)	ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด เท่ากัน (4.29:มาก)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.63:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.60:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.80:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี (4.73:มากที่สุด)	สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี และมีห้องรับรองและห้องน้ำเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.38:มาก)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.20:มาก)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.70:มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (4.40:มาก)	เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57)
ปัจจัยด้านบุคคล	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.63:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (4.70:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (5.00:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (5.00:มากที่สุด)	ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (กฤษณา รัตนพฤกษ์ (2545) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ สำหรับด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จากศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านคนหรือบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิไล สรกิจ (2547) การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการเลือกใช้สถานบริการออกกำลังกาย กรณีศึกษาเฉพาะ ผู้บริโภคในเขตบางกะปิ ผลการศึกษาพบว่าผุ้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านสถานที่ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ด้านครูฝึกได้รับการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีเครื่องออกกำลังกายที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ต้องมีเครื่องอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปริมาณเพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่าที่ต้องการต่ออายุสมาชิก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสมาชิกไม่สูงเกินไป

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ที่ตั้งของสถานบริการฟิตเนสอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน บ้าน หรือโรงเรียน สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนไปมาสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีการแจกคูปองให้ทดลองใช้บริการฟรี แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีใจรักงานบริการ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีพนักงานให้ความสนใจผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กระบวนการสอนมีความปลอดภัยไม่มีอันตราย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีการให้บริการที่รวดเร็ว

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศมณี ใจจันทร์(2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายเหมาะสม สุภาพ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษรของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีการตกแต่งให้ทันสมัย

ข้อค้นพบ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ใช้สถานบริการโยคะ มีทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยพบว่ามีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 51 ปีขึ้นไป มีทุกสถานภาพ ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกรายได้ต่อเดือน

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ครูผู้ฝึกได้ผ่านการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี

4. ปัจจัยด้านราคา พบว่า อายุ 41 ปีขึ้นไป และรายได้ 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วน รายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม

5. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องสถานที่ทำงานอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และสถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องข้อมูลการให้บริการครบถ้วน ทันสมัย การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด และการมีคูปองส่วนลดหรือสะสมแต้มคะแนน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี มีห้องรับรองและห้องน้ำ

8. ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ

9. ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่าง และ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

ตารางที่ 36 สรุปปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะ

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.86	มากที่สุด	1
สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.70	มากที่สุด	2
ครูผู้ฝึกได้ผ่านการอบรมการสอนอย่างถูกวี	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.60	มากที่สุด	3
เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.44	มาก	4
เจ้าหน้าที่ให้บรากรเข้าใจความต้องการของลูกค้า	ปัจจัยด้านบุคคล	4.42	มาก	5
มีห้องรับรองและห้องน้ำที่เพียงพอและเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคคล	4.40	มาก	6
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.38	มาก	7
สถานที่ให้บริการอยู่ในทำสเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.36	มาก	8
สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.34	มาก	9
มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ	ปัจจัยด้านราคา	3.26	มาก	10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ด้านครูฝึกได้รับการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี รองลงมาในเรื่องคุณภาพของหลักสูตร และความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะ ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรคัดเลือกครูฝึกสอนโยคะที่ได้ผ่านการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสบายใจให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการ

2. ผู้ประกอบการการควรเน้นหลักสูตรที่สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า และคุณภาพของหลักสูตรที่สอนให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2. ผู้ประกอบการควรจัดให้มีความหลากหลายของคอร์สในการฝึกโยคะให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมามีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน มีค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาที่เหมาะสม สำหรับลูกค้าแต่ละประเภท คือลูกค้าที่ใช้บริการโยคะร้อน หรือโยคะขั้นสูง ให้เหมาะกับคุณภาพ ของการบริการในแต่ละหลักสูตร

2. ผู้ประกอบการควรแจ้งค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วยค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการแสดงไว้ให้ชัดเจน

3. ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาค่าสมาชิก หรือค่าใช้บริการที่เหมาะสม หรืออาจมีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดๆ สำหรับสมากที่มาใช้บริการประจำ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก อันดับแรกคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา สถานที่ให้บริการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ให้บริการ อยู่ใกล้ที่ทำงาน ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ก่อนที่จะเปิดให้บริการ ผู้ประกอบการควรเลือกที่ตั้งของสถานบริการฝึกโยคะให้อยู่ในทำเลที่ตั้งแหล่งชุมชน ควรเลือกทำเลที่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย หรืออยู่ใกล้ที่ทำงาน เช่น ในห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า และมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ผู้ประกอบการควรจัดให้มีที่จอดรถเพียงพอกับผู้มาใช้บริการ และที่จอดรถควรอยู่ใกล้กับบริเวณสถานบริการฝึกโยคะ เพื่อความสะดวก และควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพื่อความปลอดภัยของรถและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายก่อนการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งด้วย

3. ผู้ประกอบการควรเลือกทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรก คือ การให้โปรโมชั่นส่วนลดเงินสด รองลงมา ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย การมีคูปองส่วนลด หรือสะสมแต้มคะแนน ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้พนักงานแจกคูปองให้ส่วนลดเงินสด สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ หรือมีการแจกคูปองส่วนลดสำหรับสมาชิก หรือให้ลูกค้าสามารถมาทดลองฝึกโยคะฟรี

2. ผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างครบถ้วน หรือมีการแจกใบปลิว แผ่นพับ เพื่อให้ข้อมูลสถานบริการตามสถานที่ชุมชนต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงแรม เป็นต้น

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือสถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีห้องรับรองและห้องน้ำมีห้องรับรองและห้องน้ำ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดูทันสมัย การออกแบบสถานที่ให้บริการที่สวยงามทันสมัย ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรจัดสถานที่ให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก สถานที่สะอาด มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำที่สะอาด

2. ผู้ประกอบการควรนำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกที่ดูทันสมัย

3. ผู้ประกอบการควรออกแบบสถานที่ให้บริการให้สะอาด สวยงาม และทันสมัย มีบรรยากาศที่ดูน่าเชื่อถือ เหมาะสมกับการฝึกโยคะ บรรยาการ่มรื่น ไม่มีเสียงรบกวน มีสถานที่กว้างขวาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ รองลงมาขั้นตอนในการจัดให้บริการรวดเร็ว และมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึก ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. ผู้ประกอบการควรแจ้ง เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกติดไว้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน
2. ผู้ประกอบการควรมีขั้นตอนในการให้บริการรวดเร็ว
3. ผู้ประกอบการควรมีการแจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อนและหลังการฝึกให้ลูกค้าทราบก่อนใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคคล จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมาก เจ้าหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของลูกค้า เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการฝึกโยคะควรวางแผนการตลาดดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรคัดเลือกครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี ครูผู้ฝึกสอนที่ผ่านการอบรมและได้รับประกาศนียบัตรจากสถาบันโยคะชั้นนำ ของโลก หรือครูผู้สอนที่ผ่านการอบรมมาจากประเทศอินเดียโดยตรงเพื่อที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ
2. ผู้ประกอบการควรคัดเลือกพักงานที่มีมนุษย์สัมพันธ์ดี และมีใจรักงานบริการ ควรมีการอบรมวิธีการทำงานแก่พนักงานทุกคนก่อนการปฏิบัติงานจริง และควรมีการประเมินการทำงานของพนักงาน เช่น การแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการ หรือการประเมินโดยเพื่อนร่วมงานของพนักงาน
3. ผู้ประกอบการควรสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน โดยการให้รางวัลกับพนักงานที่มีผลการทำงานดีเด่น เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

และเมื่อนำค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงธนใต้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 10 ลำดับแรก ได้แก่ ครูผู้ฝึกสามารถถ่ายทอดการฝึกโดยวิธีที่ถูกต้องเป็นอย่างดี สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทดี ครูผู้ฝึกได้ผ่านการอบรอมการสอนอย่างถูกวีธี เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ฝึกสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ เจ้าหน้าที่ให้บรากรเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีห้องรับรองและห้องน้ำที่เพียงพอและเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการอยู่ในทำสเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถเพียงพอ มีราคาของการใช้บริการเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และวางแผนการตลาดดังที่ได้กล่าวข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานและกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับสภาวะการตลาดและการแข่งขันต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved