ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นางสาวมุกดา นิลภา

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2557

Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service,

Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province

Miss Mukda Nilapa

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2014

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อและนามสกุล	นางสาวมุกดา นิลภา
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2558

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

..... **ประธานกรรมการ**

(รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ)

..... **กรรมการ**

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง)

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้ศึกษา นางสาวมุกดา นิลภา **รหัสนักศึกษา** 2563001946

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต **อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ดร. กิ่งพร ทองใบ

ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษา (1) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล (3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนาสถานที่และการบริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 67 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด แบบสอบถามมีค่าความเที่ยงเท่ากับ .98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ LSD

ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุและสัญชาติต่างกัน ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการในด้านปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลอื่นๆ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการไม่แตกต่างกัน (3) ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นจำนวนมากที่สุด คือ ควรปรับปรุงให้มีพื้นที่ในการฝึกโยคะให้กว้างขวางกว่าปัจจุบัน รองลงมาคือ ควรจะมีห้องอาบน้ำเพื่ออาบน้ำหลังการฝึกโยคะ ถัดมาคือ ควรมีพื้นที่รับรองที่เหมาะสมต่อจำนวนสมาชิกและ ควรมีสถานที่ที่จอดรถให้พอเพียงต่อสมาชิก มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ อีก 9 รายการพร้อมข้อย่อย

คำสำคัญ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาด Shakti Yoga

Independent Study title: Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province
Author: Miss Mukda Nilapa; **ID:** 2563001946;
Degree: Master of Business Administration;
Independent Study advisor: Dr. Kingporn Thongbai, Associate Professor;
Academic year: 2014

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the level of customers' satisfaction towards Shakti Yoga's service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan province; (2) to compare customers' satisfaction towards Shakti Yoga's Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan province, classified by personal factors; and (3) to give comments and suggest a guideline to improve the workplace and service at Shakti Yoga, Hua Hin, Prachup Kirikhan province.

The population was 67 customers of Shakti Yoga, Hua Hin, Prachuap Kirikhan province. The instrument was a constructed questionnaire on personal factors and marketing mix. The reliability of the questionnaire was 0.98. The statistics employed for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD.

The results of this study revealed that (1) customers' satisfaction towards Shakti Yoga's service was overall at a high level; (2) customers with different genders, ages and nationalities had different levels of satisfaction, with a statistical significance at .05 level, while other personal factors was not significant different; and (3) the opinions and suggestions of customers indicated that Shakti Yoga should have more space to practice yoga than the current area, should provide a bath for the customer to use after yoga practice, should have more space for members and more parking, and others nine minor suggestions.

Keywords: Customers' Satisfaction, Marketing Mix, Shakti Yoga

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.กิ่งพร ทองใบ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง กรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดอกเตอร์ สุรีย์ เข็มทอง ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณอนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์ เจ้าของสตูดิโอ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่กรุณาให้ข้อมูลและคำแนะนำรวมทั้งอนุญาตให้ใช้สถานที่เพื่อทำการศึกษาค้นคว้าอิสระในเรื่องนี้ด้วยและขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ คณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บิดาผู้ที่ได้ล่วงลับไปแล้ว รวมถึงมารดา ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าอิสระในฉบับนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ความช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา

หากการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้ศึกษาขอมอบความดีในครั้งนี้ให้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดนนทบุรี มหาวิทยาลัยอันทรงคุณค่าที่ควรแก่การเทิดทูนเป็นอย่างยิ่ง

มุกดา นิลภา

สิงหาคม 2558

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญภาพ ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา 3
สมมติฐานการศึกษา 4
กรอบแนวคิดของการศึกษา 4
ขอบเขตการศึกษา 5
ข้อจำกัดในการศึกษา 6
คำนิยามศัพท์เฉพาะ 6
ประโยชน์ของการศึกษา 8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 9
ประวัติของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 9
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ 16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 18
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 21
แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ 23
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา 32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 32
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 33
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 34
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ 34

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 36
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 36
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 41
ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 47
ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 68
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 71
สรุปผลการศึกษา 71
อภิปรายผล 74
ข้อเสนอแนะ 79
บรรณานุกรม 81
ภาคผนวก 86
ก แบบสอบถามฉบับภาษาไทย 87
ข แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ 93
ประวัติผู้ศึกษา 99

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ 36
ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ 37
ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส 37
ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ 38
ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา 39
ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ 39
ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 40
ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 40
ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อสัปดาห์ 41
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมแต่ละด้านรวม 7 ด้าน 42
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการ 42
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคา 43

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 44
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด 44
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ 45
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ 46
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านกระบวนการให้บริการ 47
ตารางที่ 4.18 การสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านเพศ 48
ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านอายุ 50
ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ในเรื่องระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ 53
ตารางที่ 4.21 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส 54

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.22 การทดสอยสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านสัญชาติ 56
ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Independent Sample test ในเรื่องระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ ด้านการส่งเสริมการตลาด 58
ตารางที่ 4.24 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา 59
ตารางที่ 4.25 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านอาชีพ 61
ตารางที่ 4.26 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านรายได้ 62
ตารางที่ 4.27 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านรูปแบบการเป็นสมาชิก 64
ตารางที่ 4.28 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ 66
ตารางที่ 4.29 จำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ 68
ตารางที่ 4.30 จำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำแนกได้ 13 ด้านและข้อย่อย 69

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา 5
ภาพที่ 2.1 พระอรรธนารีศวร 10
ภาพที่ 2.2 สัญลักษณ์หรือโลโก้ 10
ภาพที่ 2.3 โปรแกรมการให้บริการของ Shakti Yoga ต่อสัปดาห์ 13

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โยคะ หมายถึง ร่างกาย จิตใจและ ลมหายใจ การฝึกโยคะเป็นการรวมกายและใจเข้าด้วยกัน เหมือนกับการที่เรานั่งสมาธิที่ ต้องมีกายสงบแน่วแน่ และลมหายใจที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เกิดความสมดุลในร่างกายเรา เมื่อเรามีกายที่สมดุล มีจิตที่สงบนิ่งมั่นคง ก็จะช่วยยกระดับ จิตให้สูงขึ้นเต็มไปด้วยพลังแห่งการสร้างสรรค์ การฝึกโยคะนั้นเราจึงต้องมีสติกับกายที่รู้อยู่ตลอดเวลาจึงเกิดสมาธิผสานกับลมหายใจเข้าออกก่อให้เกิดเป็นสมาธิ เมื่อทำต่อไปเรื่อยๆ จะเกิดเป็นความสมดุลในร่างกาย เมื่อเราฝึกจนเกิดเป็นความสมดุลภายในร่างกาย และสมดุลระหว่างผู้อื่น หรือแม้แต่สมดุลกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นผลดีกับเรานั้นคือโยคะจะ ช่วยพัฒนาจิตใจเราให้สูงขึ้น สามารถแยกแยะวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้ และควบคุมจิตใจตัวเราเองได้

ประโยชน์จากการฝึกโยคะ คือ การที่เราได้ฝึกโยคะทำให้ กาย จิตใจ ของเราแน่วแนว สงบและ มีสมาธิ ร่างกายผ่อนคลายจากการตึงเครียด นอกจากนี้ การฝึกโยคะยังช่วยรักษา ระบบต่างๆของร่างกาย กล้ามเนื้อกระดูก ระบบเส้นประสาทต่างๆให้สมบูรณ์ และสร้างสมดุลให้ร่างกาย เราสามารถแจกแจงประโยชน์ของการฝึกโยคะได้ดังนี้

(http:www.yogathai.net/yoga_about/yoga_meaning.html)

ประโยชน์การฝึกโยคะด้านสุขภาพ

1. ทำให้ร่างกายเพิ่มความยืดหยุ่น การเคลื่อนไหวออกกำลังเป็นไปได้สะดวก
2. ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ห่างไกลจากเรื่องไม่สบาย อ่อนแอ
3. ทำให้ร่างกายเกิดการเผาผลาญ การดูดซึมอาหาร การขับถ่ายดีขึ้น
4. การทำงานของหัวใจมีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. ช่วยทำให้อวัยวะภายในของร่ายกายสร้างสมดุลทำงานได้ดีขึ้น
6. ช่วยทำให้ระบบหายใจ หายใจได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
7. ทำให้ร่างกายสดใส สดชื่นขึ้น
8. ทำให้ช่วยบำบัดและบรรเทาความเจ็บปวดตามกระดูกและไขข้อต่างๆให้อาการดีขึ้น
9. ทำให้มีสรีระกระชับได้สัดส่วน รูปร่างสวยงามมากยิ่งขึ้น

10. ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง ดูอ่อนเยาว์ สดใส ผุดผ่องชวนมอง

11. ใช้ในทางบำบัดรักษาโรคต่างๆ ที่มีสาเหตุเกิดมาจากความเครียด

ประโยชน์การฝึกโยคะด้านจิตใจและสมาธิ

1. ทำให้มีความสดใสร่าเริงในการดำเนินชีวิต

2. ทำให้มีสติ จิตใจไม่วอกแวก มีสมาธิในการทำงานใดๆ

3. ทำให้ร่างกายไม่มีความเครียดผ่อนคลาย

4. ช่วยทำให้นอนหลับ หมดภาวการณ์ตึงเครียดเมื่อฝึกอย่างเป็นประจำ

เนื่องจากการออกกำลังกายด้วยการฝึกโยคะไม่มีขีดจำกัดในเรื่องอายุและสภาพร่างกายหรือจิตใจ อีกทั้งประโยชน์ต่างๆ ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้มีประชาชนผู้ที่สนใจเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกๆ ปี โดยเฉพาะในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และพื้นที่ใกล้เคียง

จากอดีตจวบจนกระทั่งปัจจุบันผู้ประกอบการขององค์การต่างๆ ล้วนแต่ให้ความสำคัญต่อตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานของธุรกิจ การที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้านั้นประกอบไปด้วยสิ่งต่างๆ เช่น สถานที่ ราคา รูปแบบของสินค้าที่หลากหลาย สภาพแวดล้อม บุคลากรและคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ ช่องทางการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ต่างๆของธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยังคงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการที่ให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้าและการสร้างมาตรฐานการให้บริการ โดยมุ่งเน้นพัฒนาการให้บริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ความใส่ใจ การให้ความมั่นใจ การตอบสนองลูกค้า รูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างความประทับใจและตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการอันจะก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

การสร้างความพึงพอใจจึงเป็นเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจโยคะ ซึ่งเป็นการออกกำลังกายที่มีลักษณะเป็นการฝึกเพื่อพัฒนาร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณเป็นการเตรียมกายใจให้พร้อมเพื่อเสริมสร้างสมดุลให้เกิดขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจ (วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี) ผู้ประกอบธุรกิจด้านการออกกำลังกายด้วยวิธีการฝึกโยคะที่มีชื่อเสียงอาทิเช่น Yoga Elements Studio, Absolute Yoga, Lullaby Yoga, Divine Yoga เป็นต้น ซึ่งการออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะนี้เป็นที่แพร่หลายและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้มีผู้ประกอบการในธุรกิจด้านการออกกำลังกาย

ด้วยการฝึกโยคะเพิ่มขึ้นจึงก่อให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจในด้านนี้ของพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และพื้นที่ใกล้เคียง

Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหนึ่งในผู้ประกอบธุรกิจด้านการออกกำลังกายด้วยการฝึกโยคะของเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ต้องการแสวงหาแนวทางและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อันจะนำมาซึ่งการให้บริการที่ตอบสนองตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าผู้ที่มาใช้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งจะเป็นการประกอบธุรกิจที่ตรงกับเป้าหมาย ประสบความสำเร็จและเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ด้วยเหตุผลนี้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ศึกษาสนใจทำการศึกษาเรื่อง **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** เพื่อนำผลของการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางสำหรับเจ้าของกิจการในการตัดสินใจ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการประกอบกิจการและพัฒนาการให้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธภาพ อีกทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจต่อการให้บริการต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 ศึกษาการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

2.3 ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนาสถานที่และการบริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. สมมติฐานการศึกษา

3.1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ศึกษาใช้มาตรการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert's Scale เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.2 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

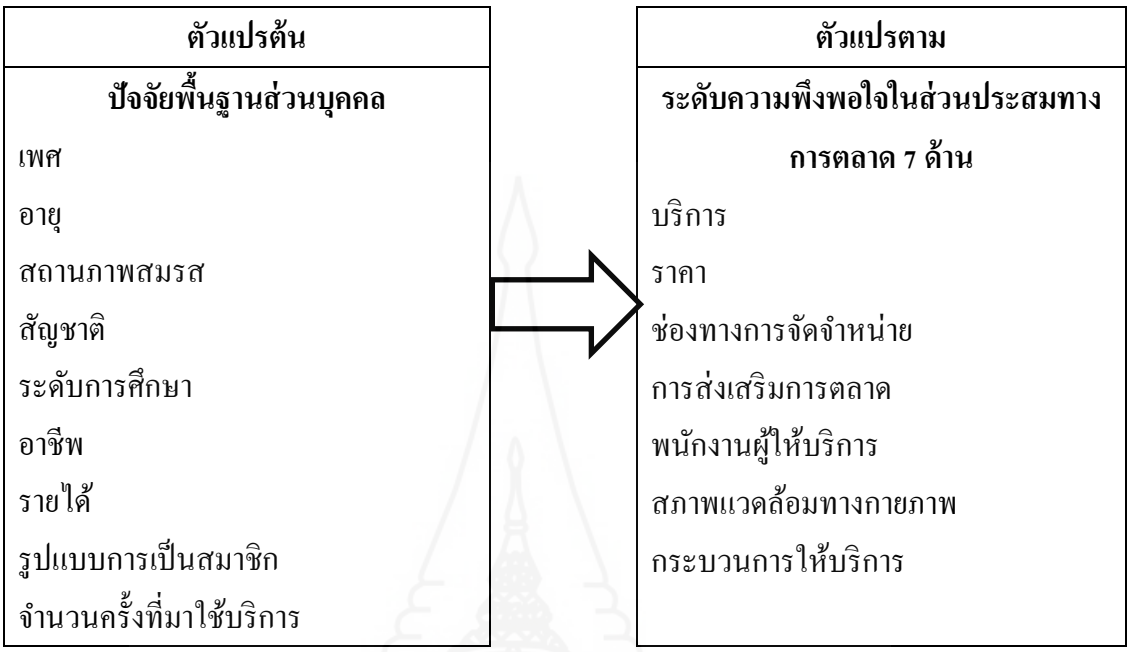
H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล แตกต่างกัน

4. กรอบแนวคิดของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาที่มีแสดงไว้ใน ภาพที่ 1 ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ตัวแปรต้น ทางด้านซ้ายของภาพที่ 1 และตัวแปรตามทางด้านขวาของภาพที่ 1

กรอบแนวคิดสามารถเขียนเป็นตารางได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

5. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาดำเนินการดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่องนี้มุ่งศึกษาตัวแปรดังต่อไปนี้

5.1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รูปแบบการเป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ

5.1.2 ระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเรื่องนี้คือ ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 67 คน

5.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา ผู้ศึกษาได้กำหนดสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า 5 เดือน ตั้งแต่ เมษายน 2558 ถึง สิงหาคม 2558

6. ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในครั้งนี้เป็นการศึกษาภายในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมซึ่งมีทั้งชาวต่างชาติ เช่น ชาวยุโรป ชาวเอเชียและชาวไทย รวมทั้งยังมีผู้พำนักอาศัยในบริเวณเขตพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงที่จะต้องการดำเนินการวิจัยดังกล่าว เนื่องจากความหลากหลายของสัญชาติในผู้ที่คาดว่าจะเข้ามารับการบริการที่ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม 2558 จำนวน 80 คน (จากบันทึกข้อมูลสมาชิกของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1/7/2558) ผู้ศึกษาพิจารณาและเห็นสมควรว่าควรที่จะแบ่งจัดทำแบบสอบถามออกเป็น 2 ภาษาดังนี้

6.1 แบบสอบถามฉบับภาษาไทย สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีสัญชาติไทย เพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม

6.2 แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เป็นชาวต่างชาติ เนื่องมาจากความหลากหลายทางด้านสัญชาติของผู้ใช้บริการดังกล่าว ผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าสมควรให้ใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลเพื่อการสื่อสารสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชาวต่างชาติ

ข้อจำกัดในการศึกษานี้คือ อาจไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควรอันเนื่องมาจากอุปสรรคและข้อจำกัดในการตอบแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเป็นผู้ที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันเป็นหลัก

7. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจะปรากฏออกมาในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย พอใจหรือไม่พอใจ

จะเกิดขึ้นมากหรือน้อยก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการตามความประสงค์ให้แก่บุคคลนั้นๆได้ ดังนี้

7.1.1 บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการใดๆ ที่บุคลากรของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำเสนอให้กับบุคคลอื่น โดยที่กิจกรรมหรือการดำเนินการนั้นๆ ไม่สามารถจับต้องได้

7.1.2 ราคา หมายถึง ส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย กลยุทย์ต่างๆ ของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นสถานที่ให้บริการในการออกกำลังกายเพื่อจิตใจที่ผ่องใสและสุขภาพที่แข็งแรง

7.1.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ช่องทางการสื่อสารและการเสนอให้บริการต่างๆ ของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7.1.5 พนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง บุคคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการในพื้นที่ส่วนต่างๆ ของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7.1.6 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวมเพื่อการพัฒนาและจัดหารูปแบบสิ่งต่างๆ ให้ตรงกับการรับรู้ของผู้ใช้บริการเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายและได้รับบริการที่ดีที่สุดของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจะครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ มาเป็นองค์ประกอบได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย สถานที่ ความสะอาด แสง เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น

7.1.7 กระบวนการให้บริการ หมายถึง การให้บริการหรือขั้นตอนการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการหลังจากที่เข้ารับบริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งผู้ศึกษาใช้มาตรการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert's Scaleเป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

7.2 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเพื่อทำกิจกรรมหรือดำเนินการใดๆ ที่ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะศึกษาจากปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 9 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รูปแบบการเป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่ใช้บริการ

8. ประโยชน์ของการศึกษา

8.1 ทำให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

8.2 ทำให้ได้ข้อมูลความแตกต่างของระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานที่ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

8.3 สามารถนำข้อมูลและข้อแนะนำที่ได้จากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

8.4 เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจในการศึกษาค้นคว้าขยายผลต่อไป

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ประวัติของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ
6. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Shakti Yoga (ภาษาไทย: ชัคติโยคะ) มีสถานที่ประกอบการตั้งอยู่ชั้น 3 ภายในบริเวณพื้นที่ของ G Resort and Mall Hua Hin ถนนแพชรเกษม ซอยหัวหิน 94 อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประเทศไทย ที่มีการขนส่งและคมนาคมที่สะดวกสบาย ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2558 มีพื้นที่เพื่อการให้บริการการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจรวม 60 ตารางเมตรเป็นสถานประกอบการด้านการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะ มีเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการในสถานประกอบการจำนวนรวมทั้งสิ้น 4 คน โดยสามารถเข้าไปดูข้อมูลรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ ชัคติโยคะหัวหินดอทคอม (www.shaktiyogahuahin.com) “**Shakti** ในภาษาฮินดิหมายถึง**“พลัง”** (Strength) และใช้เรียกนามเทวสตรีผู้อยู่เคียงข้างเทพเจ้าต่างๆ ในความเชื่อของชาวฮินดูและในรากศัพท์ภาษาละตินเอง คำว่า **“Strength”** ก็หมายถึงความเข้มแข็ง” (http://insine.exteen.com/20120204/shakti-strength) ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2.1 พระอรรธนารีศวร

ที่มา: http://www.siamganesh.com/hindu/archives/377

คำว่า อรรธนารีศวร มาจากคำ 3 คำ ได้แก่ อรรธ (ครึ่ง) + นารี (ผู้หญิง) + อิศวร (พระผู้เป็นเจ้า) หมายถึง เทพเจ้าผู้เป็นสตรีครึ่งหนึ่งนั่นเอง บางครั้งก็เรียกสั้นๆ ว่า อรรธนารี (Ardhanari) เฉยๆ ผู้ชายทางซีกขวาคือ พระศิวะ ส่วนผู้หญิงทางซีกซ้ายคือ พระปารวตี ชายาของพระองค์ โดยในที่นี้พระปารวตีเป็น ศักติ (Shakti) แปลว่า อำนาจหรือผู้ทรงไว้ซึ่งอำนาจของพระสวามี ซึ่งในที่นี้คือ พระศิวะ (http://www.siamganesh.com/hindu/archives/377)

ภาพที่ 2.2 สัญลักษณ์หรือโลโก้

ที่มา: http:www.shaktiyogahuahin.com

บัว เป็นต้นไม้ที่มีลักษณะเด่นหลายประการจึงได้รับการยกย่อง อีกทั้งจะเห็นได้ว่าในอารยธรรมเก่าแก่ของโลกอย่างอารยธรรมอินเดีย ในศาสนาพราหมณ์จะใช้ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์เกี่ยวข้องกับเทพเจ้าหรือหากมองไปทางตะวันตก ในอารธรรมเก่าแก่อย่างอารยธรรมอียิปต์

พบการใช้ดอกบัวเป็นสื่อสัญลักษณ์เช่นเดียวกัน สำหรับในทางพุทธศาสนา การนำดอกบัวเป็นสื่อแนวคิด เช่น คัมภีร์มิลินทปัญญาได้แจงถึงข้อธรรมและหลักธรรมต่างๆ โดยผู้ที่ศึกษาพระพุทธศาสนามักกล่างถึง ความสำคัญของบัวไว้คือ บัวเป็นสิ่งที่เกิด เจริญงอกงามในน้ำเกิดจากเปือกตม แตเมื่อเติบโตขึ้นมาก็มิได้นำเอาโคลนตมขึ้นมาด้วย บัว ในทางพุทธศาสนามีความลึกซึ้งอุปมาเปรียบบุคคลเหมือนดอกบัว 4 จำพวก ได้แก่ บัวพ้นน้ำ ผู้ที่มีความพร้อมมีปัญญาสามารถมองเห็นเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ อย่างมีเหตุผลได้ บัวปริ่มน้ำ จำต้องพัฒนาซึ่งเมื่อขยายความเล็กน้อยก็จะมีความเข้าใจ บัวที่อยู่ใต้น้ำ ต้องอาศัยการเพราะบ่มอบรมฝึกฝนอยู่เสมอ และบัวที่จมอยู่กับโคลนตมเป็นเหยื่อของสัตว์น้ำ แม้จะได้ฟังธรรมก็ไม่อาจเข้าใจความหมายหรือรู้ตามได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาตนเองมีแนวทางที่เรียกว่า ไตรสิกขา มีศีล สมาธิ ปัญญา สิกขา ในที่นี้หมายถึง การฝึกฝนเพาะบ่ม ซึ่งการอบรมตนเองจะนำไปสู่การพัฒนามองเห็นเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ในสิ่งที่เป็นสัจธรรม **ดอกบัว** ยังมีความหมายแทนความดีงาม (http://www.dailynews.co.th/article/236901)

ส่วนผู้ก่อตั้ง **Shakti Yoga ครูยอด (อนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์)** ได้ให้ความหมายสัญลักษณ์ของสถานประกอบการไว้ว่าหมายถึง **“พลังแห่งคุณงามความดีที่บริสุทธ์และสงบ ที่พร้อมจะเบ่งบานเพื่อวันใหม่อยู่เสมอ” Shakti Yoga** ที่ก่อตั้งโดย **ครูยอด** ซึ่งเป็นครูผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการเล่นโยคะมายาวนานนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จวบจนกระทั่งปัจจุบันนี้ โดยก่อนหน้านี้ **ครูยอด (อนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์)** ประกอบอาชีพเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำการออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายทั่วๆไป ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 ได้มีโอกาสหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมในเรื่องศาสตร์ของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะจากครูชาวอินเดียซึ่งเป็นครูผู้ฝึกสอนและปฏิบัติตนด้านโยคะ จนทำให้เกิดความสนใจและต้องการหาความรู้เพิ่มเติมจึงได้เดินทางไปแสวงหาความรู้ที่ประเทศอินเดียในปี พ.ศ. 2549 เพื่อฝึกฝนและเรียนรู้ศาสตร์ของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะ ซึ่ง **ครูยอด (อนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์)** ได้นำกลับมาใช้ในการปฏิบัตงาน และในปี พ.ศ. 2552ได้ร่วมก่อตั้งสถานที่บริการเพื่อการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยต่อมาในปี พ.ศ. 2558 จึงได้ออกมาก่อตั้งสถานที่บริการเพื่อการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นของตัวเองเป็นต้นมา

Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นสถานประกอบการที่ให้บริการเพื่อการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะ ซึ่งมีรูปแบบการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะเป็นลักษณะ **Vinyasa และ Asgtanga Yoga** โดยได้เสนอทางเลือกที่หลากหลายใน

การฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการที่ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อความสะดวกและเหมาะสมตามสภาพร่างกาย อายุและความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการในแต่ละบุคคล ดังนี้ (อนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์, http://www.yogasutrathai.com/?page_id=294)

1. Beginner Yoga เป็นโยคะพื้นฐานที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวร่างกายเพื่อฝึกยืดกล้ามเนื้อ ฝึกการกำหนดลมหายใจเข้า – ออก สิ่งที่ได้รับจากการฝึกคือความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ การควบคุมสมาธิและปรับความสมดุลของร่างกาย

2. Ashtanga Yoga เป็นโยคะที่มีลักษณะแบบแผนของการฝึกที่ตายตัว และเป็นการจัดเรียงรูปแบบการเคลื่อนไหวต่างๆไว้อย่างเป็นลำดับเพื่อให้ผู้ฝึกได้ค่อยๆฝึกฝน ความยืดหยุ่นและกำลังของกล้ามเนื้อจากระดับเริ่มต้นไปสู่ระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยผู้ฝึกจะค้างในท่าด้วยระยะเวลา 5 ลมหายใจ และเมื่อจะเปลี่ยนแต่ละท่าผู้ฝึกมักจะปฏิบัติวินยาสะ 1 รอบก่อนเข้าสู่อาสนะถัดไป สิ่งที่ผู้ฝึกจะได้รับคือสุขภาพที่ดี การชำระล้างระบบประสาท ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ

3. Hatha Yoga เป็นโยคะทีมีลักษณะการเคลื่อนไหวร่างกายด้วยความนุ่มนวลอ่อนช้อย ยืดเหยียดกล้ามเนื้อ ตามลมหายใจเข้า – ออกลึก หลังจากจบแต่ละอาสนะจะมีการผ่อนคลายกล้ามเนื้อควบคู่กันไป สิ่งที่ได้รับจากการฝึกคือความแข็งแรง ความยืดหยุ่นของกล้ามเนื้อ กระดูกสันหลังและข้อต่อที่เพิ่มขึ้น ระบบหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ปรับสมดุลร่างกาย ช่วยบำบัดและบรรเทาอาการปวดเมื่อยได้เป็นอย่างดี

4. Hip Opener Yoga เป็นโยคะที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวร่างกายด้วยการเน้นเปิดข้อต่อของสะโพกและส่วนล่างของร่างกาย เหมาะสำหรับผูที่มีปัญหาสะโพกไม่เปิด กล้ามเนื้อร่างกายส่วนล่างตึงไม่ยืดหยุ่น สิ่งที่ผู้ฝึกจะได้รับคือการยืดหยุ่นของร่างกายส่วนล่างเพิ่มขึ้น การเคลื่อนไหวร่างกายดีขึ้น ลดอาการปวดเมื่อยจากการทำงานในท่าเดียวทั้งวัน เหมาะสำหรับผู้ฝึกเก่าและใหม่ทุกระดับ

5. Backbend & Inversion Yoga เป็นโยคะที่มีลักษณะการเคลื่อนไหวร่างกายด้วยการยืดเหยียดกล้ามเนื้อส่วนหลังและการเคลื่อนไหวร่างกาย เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้แก่กล้ามเนื้อด้านหลังของร่างกาย โดยจะฝึกการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง หรือฝึกในการใช้ร่างกายในการทำท่าให้ถูกต้องตามหลักสรีระวิทยาและการเคลื่อนไหวร่างกาย สิ่งที่ผู้ฝึกจะได้รับคือเพิ่มความยืดหยุ่นและความแข็งแรงให้แก่กล้ามเนื้อส่วนหลัง ลดอาการปวดหลัง ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ

6. Flow Yoga ป็นการฝึกโยคะในท่วงท่า ที่มีความต่อเนื่องกันของแต่ละท่าฝึก (Series) ร่างกายเคลื่อนไหว ประสานกับลมหายใจตลอดเวลา ฝึกในอุณหภูมิห้องปกติ อากาศถ่ายเท ช่วยให้ผู้ฝึกโยคะร้อนหายใจสะดวกมากยิ่งขึ้น สิ่งที่ได้รับจากการฝึกคือกล้ามเนื้อมีความแข็งแรง กระชับ

รูปร่าง เส้นเอ็นและข้อต่อยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น ระบบหมุนเวียนโลหิตทำงานดีขึ้น ทำให้หลับสบาย ร่ายกายเผาผลาญพลังงานได้มากขึ้น ช่วยdetox ของเสียออกทางผิวหนัง ทำให้ผิวพรรณสดใส

7. Power Yoga เป็นรูปแบบการฝึกที่เน้นพละกำลัง ความแข็งแกร่งของร่างกาย พัฒนาจากแนว Ashtanga ที่มีชุดท่าต่อเนื่อง พร้อมกับการจัดวางตำแหน่งท่าทางแบบต่างๆ สอดคล้องกับการเคลื่อนไหวในชุดนักรบและชุดอื่นๆ สิ่งที่ผู้ฝึกได้รับทำให้ร่างกายแข็งแรง ปราดเปรียว ลดไขมัน กล้ามเนื้อกระชับสมส่วน ทั้งแขนขา และหน้าท้อง และยังช่วยขับสารพิษออกจากร่างกายไปพร้อมกับลมหายใจออกและเหงื่อ

8. Advance Yoga เป็นโยคะที่จะมุ่งเน้นการฝึกเทคนิคพื้นฐาน เพื่อความแข็งแรง ของกำลังข้อมือ แขน ไหล่ ขา และการฝึกหลักการสำคัญของท่าที่ใช้ความยืดหยุ่น รับน้ำหนักตัว และการทรงตัวในระดับ ที่ยากมากขึ้น เช่น ข้อมือ ศีรษะอาสนะ ท่าอาสนะที่เกี่ยวกับของหลัง และเหยียดตัวของเส้นเอ็นกล้ามเนื้อขาที่ยากขึ้น สิ่งที่ผู้ฝึกจะได้รับคือ การส่งผลอย่างมากต่อจิตใจ สมาธิ การไหลเวียนของพลังปราณในร่างกาย ระบบการเผาผลาญสารพิษที่ดีขึ้น ปรับสมดุล และเสริมสร้างสมรรถนะของร่างกายอย่างเด่นชัด

Time /day	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	SUN
8.00-9.00 Am.	Power Yoga Yod	Ashtanga Yod	Flow yoga Chomphu	Ashtanga Yod		Flow Yoga Yod	
9:00-10:00 Am.	Flow Yoga Chomphu	Flow Yoga Yod	Ashtanga Yod	Flow Yoga Yod	Flow Yoga Chomphu	Ashtanga Yod	OFF DAy
10.30-12:00 Am.	Advance Yoga Yod		Advance Yoga Yod		Advance Yoga Yod	Beginner Yod	
14.00-15.00 Pm.	Beginner Tae	Flow yoga Yod	Flow Yoga Tae	Flow yoga Yod	Beginner Yod		
17:30-18:30 Pm.	Flow yoga Tae	Backbend & inversion	Power Yoga Tae	Flow yoga Yod	Flow yoga Da	Flow Yoga Yod	
18:45-20:00 Pm.	Ashtanga Primary Yod	Flow Yoga Yod	Hip opener Yod	Ashtanga Primary Yod	Backbend & inversion		

ภาพที่ 2.3 โปรแกรมการให้บริการของ Shakti Yoga ต่อสัปดาห์

ที่มา: www.shaktiyogahuahin เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2558

ข้อแนะนำสำหรับผู้ที่สนใจในการฝึกโยคะ โดยแบ่งตามลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลดังนี้ (http://www.lisaguru.com/wp/blog/health/5-v14no32-18092013-03/)

1. มีบุคลิกภาพบ้าพลัง

ถ้าคุณเป็นคนที่ค่อนข้างสมาธิสั้นหรืออยากเสริมสร้างความแข็งแรงและกระชับกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ภายในร่างกาย ควรเลือกโยคะที่มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องไม่มีหยุดพักควบคู่ไปกับการกำหนดลมหายใจ และเน้นใช้พละกำลังความแข็งแรงของร่างกายซึ่งได้แก่ Ashtanga Yoga (อัษฎางค-โยคะ) ที่เป็นต้นแบบของโยคะในกลุ่มนี้ทั้งหมด แต่มีท่าทางที่เรียงลำดับอย่างชัดเจน Vinyasa Yoga (วินยาสะโยคะ) ที่ประยุกต์โดยการนำท่าทางของอัษฎางค-โยคะมาสลับลำดับ หรือ Power Yoga (พาวเวอร์โยคะ) ที่ครูผู้สอนจะครีเอตลำดับท่าทางโดยเน้นความหนัก-เบาแตกต่างกันไปตามสไตล์ของแต่ละคน

2. บุคลิกภาพนิ่งๆ เนิบๆ

ถ้าคุณไม่ชอบอะไรที่รวดเร็วนัก หรือมีข้อจำกัดทางด้านร่างกายก็ควรเลือกโยคะที่ฝึกแบบค่อยเป็น ค่อยไป มีการค้างท่าเล็กน้อยเพื่อพิจารณาท่วงท่าและจัดระเบียบร่างกายควบคู่ไปกับการฝึกหายใจ เช่น Iyengar Yoga (ไอเยนการ์โยคะ) ที่เน้นการจัดระเบียบท่วงท่าให้เป๊ะและดูสวยงามในเวลาเดียวกัน รวมถึงอาจจะมีการใช้อุปกรณ์เสริมพวกเก้าอี้ช่วยในการเล่นด้วย หรือ Hatha Yoga (หฐะโยคะ) ซึ่งอาจไม่ได้เน้นความสวยเป๊ะมากเท่าไอเยนการ์ มีการค้างนิ่งในบางท่าที่ต้องการเน้นประโยชน์เท่านั้น

3. มีบุคลิกภาพช่างปวด

เมื่ออาการปวดรุกราน โยคะก็สามารถช่วยบำบัดได้ โดยกลุ่มโยคะบำบัด เช่น Vini Yoga (วินิโยคะ) ครูโยคะก็จะเหมือนกับเป็นหมอที่คอยจัดท่าทางต่างๆ ให้เหมาะกับการแก้อาการป่วยของคุณ ไม่ว่าจะเป็นปวดไมเกรน ปวดคอ ไหล่ หลัง หรือแม้แต่ภูมิแพ้ก็สามารถบำบัดได้เช่นเดียวกัน โดยแต่ละคนก็จะได้ท่าทางแตกต่างกันไป จึงอาจจำเป็นต้องเล่นคลาสส่วนตัวซึ่งค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงพอสมควร

4. มีบุคลิกภาพที่เครียดจัด

หากเครียดมากๆ แล้วอยากผ่อนคลายด้วยโยคะ แนะนำให้เลือกโยคะที่เน้นในเรื่องของสมาธิ ภาวนา และการหายใจ เช่น Kundalini Yoga (กุลฑาลินีโยคะ) ซึ่งผู้ฝึกจะต้องนุ่งขาวห่มขาว มีการสวด-มนต์เป็นภาษาสันสกฤต เพื่อสงบอารมณ์ และให้นั่งทำการฝึกหายใจ ทำท่าอาสนะบ้างเบาๆ ความเครียดทั้งร่างกายและจิตใจก็จะผ่อนคลายลง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นระบบหายใจอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ผู้ฝึกโยคะรูปแบบนี้มักจะเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีอายุหน่อยเท่านั้น

ครูโยคะแต่ละคนก็จะมีสไตล์การสอนและการฝึกที่แตกต่างกันออกไป หากเพิ่งเริ่มต้นกับโยคะอาจจะทดลองฝึกทุกๆ สไตล์ เพื่อหาสไตล์ และครูที่ถูกจริตกับตัวเราเองที่สุดก็ได้ นอกจากนี้ ควรเลือกฝึกในบริเวณที่ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักเป็นหลัก จะได้สามารถไปฝึกได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง (http://www.lisaguru.com/wp/blog/health/5-v14no32-18092013-03/)

กิจกรรมส่งเสริมความรู้ (Workshop)

Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เล็งเห็นความสำคัญในการเรียนรู้และส่งเสริมการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจ รวมทั้งยังเป็นทางเลือกในการฝึกร่างกายและจิตใจที่หลากหลายให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการอยู่อย่างสม่ำเสมอ จึงได้จัดให้มีกิจกรรมการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้บริการตามปกติของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยที่ผ่านมาได้มีการจัดกิจกรรม Workshop เป็นจำนวน 4 ครั้งตามลำดับดังต่อไปนี้

1. วันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 โดยผู้ฝึกสอนชาวต่างชาติ Mr. Marc Bauchet ซึ่งเป็น Workshop ในรูปแบบของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วย Acro Yoga

2. วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 โดยครู Tul Sansoen Yoga Punyatinong ซึ่งเป็น Workshop ในรูปแบบของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วย Iyenga Yoga และการจัดระเบียบร่างกาย

3. วันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2558 โดยครูป๊อป อาริยา ซึ่งเป็น Workshop ในรูปแบบของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วย Vinyasa Flow ในช่วงเช้าและในช่วงบ่ายเป็นโยคะเพื่อการบำบัด

4. วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 โดยผู้ฝึกสอนชางต่างชาติ Mrs. Tara Sandra ซึ่งเป็น Workshop ในรูปแบบของการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วย Hatha Yoga, Hip & Shoulder Opener Yoga

กิจกรรมเพื่อสังคม

นอกจากเป้าหมายของการประกอบการในเชิงธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังสนับสนุนและส่งเสริมการทำกิจกรรมด้านสุขภาพเพื่อสังคม

1. ด้วยการจัดส่ง ครูฝึกหัด (Teacher Training) จำนวน 2 คน เพื่อให้บริการการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการฝึกโยคะ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายทุกๆ วันอังคารเป็นเวลา 2 ชั่วโมงให้แก่ผู้ที่สนใจ ณ สถานีกาชาดอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. อีกทั้งในวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ยังได้จัดกิจกรรมการฝึกร่างกายและฝึกจิตใจด้วยการเล่นโยคะเพื่อการกุศล “Yoga for Napal” และรวบรวมเงินที่ได้รับการบริจาคจากผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนั้น เพื่อนำไปสมทบทุนเงินบริจาคให้แก่ชาวเนปาลที่ประสบอุทกภัย

แผ่นดินไหวในประเทศเนปาล ซึ่งในครั้งนั้นได้มอบเงินบริจาคจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 28,220 บาท ให้แก่สถานีกาชาด อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำส่งต่อไป

3. ในวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2558 ได้ร่วมมือกับกาชาดหัวหินจัดกิจกรรมส่งเสริมการฝึกโยคะ “โยคะเพื่อแม่โดยกาชาดหัวหิน” ซึ่งได้ทำกิจกรรมการฝึกโยคะกลางแจ้ง ณ ลานสวนสาธารณะโผนกิ่งเพชร อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมในครั้งนี้ประมาณ 60 คน

2. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของประกฎการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548: 22) ได้กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึงลักษณะของประชากรได้แก่ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อ รูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ปรมะ สตะเวทิน (2546:112-118) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิติมา สุรสนธิ 2541: 15-17)

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่อง

ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานซืน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิด ความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือ9บ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (n.d. อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 ทฤษฎีการจัดลำดับความต้องการของ Maslow (Hierarchy of needs) โดยมาสโลว์ ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้ (ยุทธนา ธรรมเจริญ, 2554 : 2-32)

3.1.1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการในปัจจัย 4 ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อให้มีชีวิตรอด ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค สินค้าหลายชนิดต้องสนองความต้องการด้านร่างกายของมนุษย์ในเรื่องดังกล่าว

3.1.2 ความต้องการปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่โดยปราศจากความกลัว ความเจ็บปวด ความไม่สะดวกสบาย

3.1.3 ความต้องการด้านความรัก (Belonging and love needs) คือความต้องการของมนุษย์ที่อยากจะเป็นที่ยอมรับ ได้รับความรัก ความพึงพอใจจากผู้อื่น การบริโภคสินค้าหลายๆ ชนิด เสื้อผ้าที่สวยๆ หรูๆ ที่สามารถใส่โอ้อวดใครได้ๆ เครื่องสำอาง การแต่งบ้านหรูๆ ด้วยเฟอร์นิเจอร์อย่างดี เหล่านี้ล้วนเลือกสรรเพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคม

3.1.4 ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ (Esteem needs) เป็นความต้องการให้ได้รับการยกย่อง มนุษย์ทุกคนต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและการเป็นผู้ที่ผู้อื่นระลึกถึง โดยมีเกียรติไม่เพียงแต่การยอมรับให้เข้ากับสังคม (ขั้นที่ 3) เท่านั้น แต่ต้องการเป็นผู้นำในสังคมนั้นๆ ด้วย

3.1.5 ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (Self-actualization) มาถึงจุดหนึ่งมนุษย์จะไม่แคร์ว่าคนอื่นจะมองตัวเองอย่างไร แต่เขาจะเริ่มรักตัวเองและมองหาสิ่งที่จะสร้างความภูมิใจให้กับตัวเอง

บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่างเช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่อศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการ แม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมี ความต้องการในลำดับขั้นต่อไป (ณัฐฐา หงษ์แก้ว 2555 : 10)

3.2 แนวคิดความพึงพอใจ มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจดังนี้

สุจิต นิรมล (2553 : 10) ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้

1. ความพึงพอใจในการแสดงอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลจึงจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการตอบโต้ผู้อื่นและสิ่งต่างๆในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้เรียนรู้สิ่งที่แตกต่างกันไปในเรื่องของการบริการก็เช่นเดียวกันบุคคลรับรู้หลายสิ่งเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการหากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการโดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่งในการบริการก่อนที่ผู้มารับบริการจะมาใช้บริการก็มักจะมีมาตรฐานของการบริการไว้อยู่ก่อนแล้วซึ่งอาจจะมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการจะเป็นสิ่งที่บอกให้ทราบข้อมูลการประกันการบริการการให้คำมั่นสัญญาจากผู้ให้รับบริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการที่ได้รับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่คาดว่าจะได้รับนี้

3. มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการรับรู้การบริการที่เกิดขึ้นหากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามที่คาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าวแต่ถ้าเกิดความคาดเคลื่อนจากความคาดหวังดังกล่าวทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยได้ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

4. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ซึ่งในสถานการณ์หนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แต่อีกสถานการณ์หนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้ทันทีแม้ว่าจะเป็นความรู้สึกตรงข้ามกันก็ตามนอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ส่วนใหญ่ผู้รับบริการจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่างๆ

สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตรัง (2555 : 11) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เกิดจากทัศนคติ ความต้องการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองก็เกิดความพึงพอใจขึ้นและถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการตามความคาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะหายไปทันที ดังนั้นความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จึงเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาอยากทราบว่าการบริหารโรงเรียนทุกด้านของผู้บริหารโรงเรียนอยู่ในระดับที่จะทำให้ครูมีความพึงพอใจต่อการบริหารอยู่และมีความพึงพอใจในระดับใด

น้ำลิน เทียนแก้ว (2555 : 7) สรุปได้ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

ปรมา เปาวิมาน (2553 : 13) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่แสดงออก ที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

กิตติธัช อิ่มวัฒนกุล (2553 : 8) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจในองค์ประกอบและสิ่งจูงใจด้านต่างๆ ที่สามารถตองสนองความต้องการได้ โดยแสดงออกจากพฤติกรรม เช่น สายตา คำพูด ลักษณะท่าท่าง เป็นต้น

บุญเรือน เนื่องอัมพร (2551 : 10) สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจเกิดจากความรู้สึกนึกคิดดและความต้องการด้านจิตใจของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นในขณะเข้ามาบริการ ความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจเป็นทั้งด้านบวกและด้านลบก็ได้ โดยอาจจะแสดงออกมาในแง่บวกหรือแง่ลบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้น ซึ่งความรู้สึกก็จะมีการแสดงออกมาทางพฤติกรรมที่สามารถมองเห็นและรับรู้ได้ เช่น สีหน้า คำพูด การกระทำ

ภากรณ์ น้ำว้า, ศิริวิมล วันทอง (2550 : 11) สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือการแสดงออกของบุคคลต่อการได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัดของแต่ละบุคคล โดยมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการ ถ้าหากได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการจะทำให้รู้สึกพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

สรุปความพึงพอใจ หมายถึง เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีทั้งในทางบวกหรือทางลบ ด้านความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อบุคคลและสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจหรือไม่

พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการหรือไม่ต้องการ และอาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ทั้งในด้านบวกหรือในด้านลบพื่อให้บุคคลรอบข้างได้รับรู้

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของคุณภาพการบริการดังนี้

สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2552: 25) ได้สรุปความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่า คือการส่งมอบบริการที่ดี ที่น่าประทับใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจและได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวัง เพื่อให้สามารถบำบัดความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ได้ในระดับที่ผู้ใช้พอใจ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง (อ้างถึงใน ชัชวาลทัตศิวัช)

อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ณักษ์ กุลิสร์ (2554:16) หมายถึง คุณภาพการให้บริการจะวัดระดับการรับรู้โดยผู้รับบริการ (Perceived Service Quality) เป็นผลจากกระบวนการให้บริการประเมินที่ผู้รับบริการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของตนที่มีต่อการบริการกับระดับการรับรู้ที่เขาได้รับ กล่าวคือ ผู้รับบริการจะนำการบริการที่รับรู้เปรียบเทียบกับการบริการที่คาดหวัง โดยผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวคือคุณภาพของการบริการที่รับรู้ (Perceived Service Quality) (Gronroos, 1984)

ชัชวาล ทัตศิวัช (เว็บบล็อก) กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

ปภัศร ชัยวัตน์ และคณะ (2555: 11) เครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการวัดคุณภาพการบริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ

ที่สามารถตรวจวัด และประเมินผลศักยภาพขององค์กรในการสร้างผลผลิตและบริการ สาระสำคัญของเครื่องมือนี้คือ การหาคุณภาพ คุณลักษณะของผลผลิตและการบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ ทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำ หรือการบอกต่อ ซึ่งแสดงถึงความภักดีของผู้รับบริการต่อองค์กร โดยมีมิติที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่มิติทางภาพลักษณ์ในการบริการ (Tangibles) มิติความสามารถในการบริการ (Reliability) มิติ ความเต็มใจในการบริการ (Responsiveness) มิติการสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) และมิติ ความน่าประทับใจในบริการ (Empathy) ซึ่งการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการยังคงใช้ฐานการวิเคราะห์ ช่องว่าง (Gap Analysis) ของการบริการใน 3 ด้าน คือ ด้านความคาดหวังต่ำที่สุด ด้านความคาดหวังที่พึง ปรารถนา และด้านบริการที่รับรู้ได้จริง เพื่อให้เห็นถึงความยอมรับคุณภาพการบริการขององค์กรในความรู้สึก ของผู้ใช้บริการได้

กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรีและ ปรารถนา ปุณณกิติเกษม (2554:บทคัดย่อ) สำหรับแบบจำ ลอง SERVQUAL ผู้รับบริการ จะประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการที่ เรียกว่า “RATER” ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น ถึงสิ่ง อำ นวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมี ความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับ ผู้รับบริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ทุกครั้งของการบริการ ที่จะทำ ให้ผู้รับ บริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถ ให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ความสามารถในการ ให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วย ความสุภาพมีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถที่จะทำ ให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้อ อาทรเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของ ผู้รับบริการในแต่ละคน

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองที่ตรงกับความประสงค์ของลูกค้าโดยผู้ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการ คุณภาพของการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจในด้านนี้ให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการต้องกระทำ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่คาดหวังและตรงตามความประสงค์ เมื่อผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการ ณ สถานที่แห่งนั้น

5. แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนา งานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

“บริการ” (Service) มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้ (บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ: หน้า 4-38)

1. สัมผัสไม่ได้ (Intangibility) “บริการ” เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ค่อนข้างยาก ผู้บริโภคที่ซื้อบริการจึงไม่อาจมองเห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับตนก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อลดความไม่แน่ใจผู้บริโภคจะมองหาก “หลักฐาน”ที่พอจะบอกได้ว่า ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการด้านการให้บริการจึงต้อง “บริหารหลักฐาน (Manage the Evidence)” หรือ “ทำให้สิ่งที่จับต้องไม่ได้ดูเสมือนหนึ่งจับต้องได้ (Tangibililize the Intangible)”

2. แยกบริโภคไม่ได้ (Inseparability) เมื่อซื้อบริการผู้บริโภคต้องรับบริการนั้นอย่างต่อเนื่องจนแล้วเสร็จ จะแยกเก็บไว้บริโภคเป็นคราวๆ ไม่ได้ นอกจากนี้ผลลัพธ์ของการบริการจะออกมาดีหรือไม่ ยังขึ้นกับทั้งตัวผู้ให้บริการเองและผู้รับบริการอีกด้วย

3. ผลลัพธ์ของการให้บริการมีความแปรปรวน (Variability) ธรรมชาติข้อนี้ยังผลให้ผู้ประกอบการควบคุมคุณภาพของการให้บริการได้ยากยิ่ง

4. เสียหายได้ (Perishability) “บริการ” จะเกิดความเสียหายในลักษณะ “เสียโอกาส” เช่น กรณีคนไข้นักแพทย์แล้วไม่มา เช่นนี้ เวลาที่แพทย์จัดไว้ให้คนไข้นั้นก็ต้องผ่านไป โดยแพทย์ผู้ให้บริการไม่ได้ประโยชน์ที่ควรจะได้ในช่วงเวลานั้น

บุคลิกคุณลักษณะ 7 ประการของนักบริการที่ดี (Impression:เว็บบล็อก)

S = smiling & sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจใส่เรา เห็นอกเห็นใจในความยุ่งยากลำบากของลูกค้า

E = early response ตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องเอ่ยปากร้องขอ

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ ลูกค้า

V = Voluntariness manner การให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing แสดงออกถึงการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมองค์กรด้วย

C = Courtesy กริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้นขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการบริการดังนี้

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555:18) การบริการ หมายถึง สินค้าที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้า (Goods) โดยลักษณะของการขายการบริการจะเป็นไปในรูปแบบของกระบวนการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้รับบริการจะไม่สามารถเป็นเจ้าของกิจการนั้นๆ ได้เหมือนกับการเป็นเจ้าของสินค้า ทำให้การประเมินคุณค่าของการบริการทำได้ยากกว่าการประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีตัวตน ความเชื่อถือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจึงมีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนั้นจะพบว่าการบริการจะมีความแตกต่างกันและยากที่จะทำให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เนื่องจากการผลิตและการจำหน่ายจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

กิตติธัช อิ่มวัฒนกุล (2553:8) การให้บริการเป็นหน้าที่หลักสำคัญในการบริการงานในภาครัฐ โดยเฉพาะงานที่จะต้องมี การติดต่อสัมพันธ์กับ ประชาชนโดยตรง โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่ง ต่อการบริการ (Delivery Service) ให้แก่ผู้รับบริการ กล่าวคือ คุณค่าประการแรกของการบริการ งานรัฐกิจทั้งหมดคือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้กิดความพึงพอใจซึ่งมีลักษณะสำคัญ 5 ประการคือการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equivalent Service) การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างเพียงพอ(Ample Service) การให้บริการอย่าง 9 ต่อเนื่อง (Continuous Service) และการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) (John D. Millett, 1951)

ธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552:21) กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง สินค้าที่มีลักษณะนามธรรม คือการกระทำพฤติกรรมและการปฏิบัติการ โดยลักษณะของการนำเสนอการบริการจะอยู่ในรูปแบบของกระบวนการปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตองสนองความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้ใช้บิรการจึงไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการนั้นๆ ได้เช่นเดียวกับการเป็นเจ้าของสินค้า

บุญเรือน เนื่องอัมพร (2551:13) โดยสรุปแล้ว การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้ปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจในการบริการ

อรทัย เลิศวรรณวิทย์และณักษ์ กุลิสร์ (2554:10) การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการจะใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ

สรุปการบริการ หมายถึง การดำเนินการที่บุคลากรหรือกลุ่มบุคลากรของผู้ให้บริการได้ดำเนินการที่มีไว้ตามข้อเสนอการให้บริการของสถานที่ ณ แห่งนั้นให้ด้วยความเสมอภาค มีมาตรฐานและยุติธรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของผู้มาใช้บริการ โดยที่ผู้มาใช้บริการไม่มีกรรมสิทธิในสถานที่ ณ แห่งนั้น แต่ผู้มาใช้บริการจะมีสิทธิในการที่จะได้รับการตอบสนองเมื่อมีการเข้ามาใช้บริการและสิทธิของการได้รับการตอบสนองจะสิ้นสุดลงเมื่อการตอบสนองนั้นได้เกิดขึ้น ตามระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินการที่ผู้ให้บริการได้กำหนดไว้เป็นที่เรียบร้อย

6. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

จากงานวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์:2550 ของ นรเศรษฐ กมลสุทธิและคณะ ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาด 4 P’s เท่านั้น (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการ จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด) ได้เสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปว่า “ควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดเพิ่มเติมในแง่ธุรกิจบริการ 7 P’s”

โดยศาสตราจารย์ Philip Kotler (2003 : 16) ด้านการตลาดชั้นนำของโลกได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ซึ่งประกอบด้วย (ณัฐฐา หงส์แก้ว 2555: 8,ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541อ้างถึงในImpression:เว็บบล็อก, iHotel Marketter: เว็บบล็อก)

6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product:P1) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ **ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products)** และ **ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)** ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ของหัวข้อการศึกษาในครั้งนี้คือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกกำลังกายของสถานที่ Shakti Yoga และในส่วนผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้หรืออีกนัยหนึ่งนั้นก็คือ การบริการ (Service) นั่นเอง

6.2 ด้านราคา (Price:P2) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

6.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place:P3) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

6.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions:P4) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

6.5 ด้านบุคลากร (People:P5) หรือ**พนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อ ให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน เป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation:P6) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

6.7 ด้านกระบวนการการให้บริการ (Process:P7) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

วันดี รัตนกายแก้ว (2554 : 27) สรุปไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านการให้บริการ ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 8 ประการได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ในการทำงาน ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยทั้ง 8 ประการต่างมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อ ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด หมายถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลุยทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดบริการของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของ ธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและตรวจสอบเอกสารปรากฏว่าไม่มีการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยตรง และโดยเฉพาะ ซึ่งผู้วิจัยขอนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ มากล่าวให้ทราบถึง แนวทางการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการศึกษาครั้งนี้

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (สารนิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : 2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส มีความถี่ในการใช้บริการ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ โดยเลือกประเภทการออกกำลังกายแบบบริหารกล้ามเนื้อ ส่วนมากเข้ามาใช้บริการในวันธรรมดาช่วงเวลา 19:01-22:00 และมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ตั้งมากกว่าด้านอื่น ผู้ซื้อให้ความสำคัญ

เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก

เสกสรร อภิชัย (การค้นคว้าอิสระ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: 2555) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นน้อยละ 6 มีอายุเฉลี่ย 21 ปี ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะเศรษฐศาสตร์ หลักสูตรภาคปกติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,265 บาท ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายนักศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือปัจจัยด้านราคาสินค้า อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือปัจจัยส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

วิมลรัตน์ หงส์ทอง (การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี: 2555) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41ปี ขึ้นไป สถานภาพโสด มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000บาท ขึ้นไปส่วนใหญ่มีการใช้บริการด้านเงินฝากเผื่อเรียก เงินฝากประจำ 3 เดือน สลากออมสินพิเศษ 3 ปี บริการด้านสินเชื่อบุคคล และบริการด้านสงเคราะห์ชีวิตประเภทออมสินเงินได้รายเดือน ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนองการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าและการเอาใจใส่ลูกค้า และพบว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการมากกว่าความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ส่วน ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

สุกัญญา มีแก้ว (วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎธานี: 2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 - 30 ปี สมรสแล้ว ระดับการศึกษามัธยมศึกษา อาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน ใช้บริการด้านสำนักงานสาธารณสุข และตำบลที่ใช้บริการคือ ตำบลประสงค์ ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขตอำเภอท่า ชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและ

ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร/สถานที่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และประเภทการใช้บริการ ต่างกันทำให้ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์ (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: 2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตาม หลักสังคหวัตถุ 4ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.75$) ในด้านสมานัตตตา ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 3.41$) ในด้านปิยวาจาเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแล้วพบว่าบุคคลที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้การบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับ อายุและอาชีพ มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง ปัญหาและอุปสรรคในการให้การบริการประชาชนตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ประชาชนที่มาขอรับบริการยังไม่เข้าใจในขั้นตอนและเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ขาดการประสานงาน สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่พูดจาไม่ไพเราะ เจ้าหน้าที่ไม่กระตือรือร้นในการช่วยเหลือ ตลอดจนเจ้าหน้าที่เลือกปฏิบัติผลที่ได้คือประชาชนที่มารับการบริการไม่เกิดความประทับใจ แนวทางการปรับปรุงการให้การบริการประชาชนของที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์คือ เจ้าหน้าที่ควรพัฒนาด้านการบริการอย่างมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ควรมีการอบรมด้านคุณธรรมโดยนำหลักธรรมเข้ามาประยุกต์ใช้โดยเฉพาะหลักสังคหวัตถุ 4 อันได้แก่ ท่าน ปิยวาจา อัตถจริยา สมานัตตตาคือ โอบอ้อมอารี วจีไพเราะ สงเคราะห์ประชาชน และวางตัวเหมาะสม มาใช้ในการพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ รวมทั้งเน้นการบริการที่สามารถน ามาซึ่งความพึงพอใจแก่ผู้รับการบริการและส่งผลย้อนกลับไปยังผู้ให้บริการ โดยทำให้ประชาชนผู้รับบริการรู้สึกว่าประทับใจในการให้บริการ

อุไร ดวงระหว้า (การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี: 2554) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษาและคณะวิทยาลัยที่ศึกษาที่

แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยรวมแตกต่างกันที่ปัจจัย ยกเว้นเพศ ส่วนปัจจัยการให้บริการได้แก่ด้านประเภทการใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ ด้านบุคลากรหรือผู้ให้บริการด้านรูปแบบการให้บริการและด้านระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง

บุญเรือน เนื่องอัมพร (การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร:2551) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจการใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการและด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการที่มีเพศและรายได้ต่างกัน ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่างกัน ความพึงพอใจต่อการใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ไม่แตกต่างกัน

Jaime R.S. Fonseca (2009) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในรูปแบบที่แอบแฝงอยู่ภายในความคิด ผลจากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับคุณภาพทางด้านเทคนิคการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์คุณภาพขององค์กรและความพึงพอใจของลูกค้าในทางทฤษฎีและปฏิบัติในการนำไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการลูกค้าให้เป็นที่พอใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

Zeynep Filiz (2009) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการของ บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวในประเทศตุรกี ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญในด้านการวัดความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของตัวแทนการท่องเที่ยว จะไม่ค่อยได้รับความสนใจจากผู้บริหารของตัวแทนการท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งรวมไปถึงการประเมินคุณภาพการบริการและการให้ข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับตัวแทนเพื่อการประเมินและปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าของตน จุดมุ่งหมายในการศึกษาครั้งนี้คือ การพัฒนาเครื่องมือที่เชื่อถือและถูกต้องสำหรับวัดความพึงพอใจของลูกค้าใน บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการของ บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว จากลูกค้าในประเทศตุรกีเป็นจำนวน 217 คน โดยเครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้าในครั้งนี้จะให้ข้อมูลในเชิงลึกเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและนำไปใช้ในการตัดสินใจในด้านการบริการต่อไป

Linda C. Ueltschy, Michel Laroche, Axel Eggert, Uta Bindl (2007) ได้ทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า ทางด้านการบริการทันตกรรมของชาวเยอรมัน สหรัฐและญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจสูง ถึงแม้ว่าสองในสามประเทศจะมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน แต่ก็จะมีการรับรู้และความพึงพอใจของการบริการไม่เท่ากัน ซึ่งชาวเยอรมันและสหรัฐจะแสดงออกและรับรู้ถึงความรู้สึกของการรับบริการมากกว่าชาวญี่ปุ่น และยังพบอีกว่าไม่มีบริการใดบริการหนึ่งที่จะเหมาะสมกับทุกคน

Lien-Ti Bei, Cian-Fong Shang (2006) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับมุมมองความพึงพอใจของใช้บริการและการบริการที่มีคุณภาพในไต้หวัน โดยทำการประเมินประสิทธิภาพอุตสาหกรรมของรัฐเปรียบเทียบกับองค์กรเอกชนที่ให้บริการประชาชน ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการอุตสาหกรรมของรัฐจะมีน้อยกว่าในสถานบริการของเอกชน ถึงแม้ว่าคุณภาพของสินค้าและราคาจะใกล้เคียงกัน แต่การบริการจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ซึ่งไม่เป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการ ผลจากการศึกษานี้อุตสาหกรรมของรัฐจะต้องปรับปรุงคุณภาพของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ในเรื่องของทัศนคติของพนักงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และมีการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการให้บริการในด้านของการแข่งขัน

สรุปแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ได้อธิบายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า ความคาดหวัง และ การรับรู้ คุณภาพการให้บริการ ของการรับบริการในสถานที่นั้นๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในเรื่องของการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างพึงพอใจแก่ลูกค้าผู้รับบริการอย่างสูงสุด เพื่อก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการอีกครั้งและเป็นการรักษาลูกค้าไว้ ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นหัวใจหลักที่สำคัญของธุรกิจด้านการบริการอย่างยั่งยืน

บทที่ 3
วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการศึกษา 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในครั้งนี้ คือ สมาชิกทั้งหมดที่อยู่ในกรอบที่เกี่ยวข้องกับปัญหาวิจัยของเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนสิงหาคม 2558 จำนวน 80 คน (บันทึกผู้เข้าใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1/7/2558)

กลุ่มตัวอย่างคือสมาชิกส่วนหนึ่งของประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนั้นเพื่อให้ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973:125) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ดังสูตร

สูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{80}{1+80(0.05)^2}$$

$$= \frac{80}{1.20}$$

$$= 67$$

ดังนั้นจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 67 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดถือความสะดวกในการให้ข้อมูล เป็นผู้ที่อยู่ใกล้และผู้ที่ให้ความร่วมมือไปเรื่อยๆ จนกว่าจะได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานะภาพสมรส สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ ฟิลลิป ค็อตเล่อร์ (Philip Kotler) เป็นเกณฑ์ในการสร้างแบบสอบถามทั้ง 7 ด้านได้แก่ บริการ (Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงานผู้ให้บริการ (People) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการเลือกตอบซึ่งผู้วิจัยใช้มาตรการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert's Scale เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ที่ให้ผู้ใช้บริการเสนอข้อคิดเห็นและข้อแนะนำเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้ที่มาใช้บริการสามารถตอบคำถามพร้อมทั้งให้ข้อมูลที่ต้องการเสนอแนะได้อย่างอิสระ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้ศึกษาและรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดการค้นคว้า โดยผู้ศึกษาใช้วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ติดต่อประสานงานกับผู้บริหารของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนัดหมายขอความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในการอำนวยความสะดวกในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษา

3.2 ผู้ศึกษาจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตัวเอง เพื่อที่ผู้ศึกษาจะสามารถชี้แจงและตอบข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อไป ทั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของ ผู้ที่มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจำนวน 67 ตัวอย่าง

3.3 เมื่อผู้ศึกษาได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วจะทำการตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อที่จะนำข้อมูลไปดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติตามขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 67 ฉบับเป็นที่เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้านได้แก่ บริการ (Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงานผู้ให้บริการ (People) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process) โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (Standard Deviation) สำหรับการแปลค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ให้ใช้แบบ มาตรการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert’s Scale เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	น้อย
คะแนน	1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินค่าวัดระดับความพึงพอใจแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยผู้ศึกษาให้การแปลค่าเฉลี่ยระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	4.50 - 5.00	หมายความว่า พึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	3.50 - 4.49	หมายความว่า พึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	2.50 - 3.49	หมายความว่า พึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	1.50 – 2.49	หมายความว่า พึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1.00 - 1.49	หมายความว่า พึงพอใจน้อยที่สุด

4.3 วิเคราะห์สมมติฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ t-test และ F-test หรือค่าความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ LSD

4.5 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\overline{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาการทดสอบค่าที
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาการทดสอบค่าเอฟ
Sig.	หมายถึง	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
SS	หมายถึง	ผลรวมกำลังสอง
df	หมายถึง	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	หมายถึง	ผลรวมกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square)
*	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05
H_0	หมายถึง	สมมติฐานหลัก
H_1	หมายถึง	สมมติฐานรอง

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน รูปแบบการเป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางที่ 4.1 – 4.9

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	6	9
หญิง	61	91
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และเพศสภาพ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	3.0
20-30 ปี	11	16.4
31-40 ปี	35	52.2
41-50 ปี	15	22.4
51-60 ปี	2	3.0
61 ปีขึ้นไป	2	3.0
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และน้อยที่สุด มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และมีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนก ตามสถานภาพสมรส

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพสมรส		
โสด	24	35.8

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพสมรส		
แต่งงาน	37	55.2
หย่า	3	4.5
หม้าย	3	4.5
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีสภาพสมรสแต่งงาน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมามีสถานภาพสมรสโสด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพสมรสหย่า และหม้าย จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สัญชาติ		
ไทย	51	76.1
ต่างชาติ	16	23.9
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 และ เป็นต่างชาติ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14	20.9
ปริญญาตรี	39	58.2
สูงกว่าปริญญาตรี	14	20.8
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 และน้อยที่สุดมี 2 จำนวน คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนอย่างละ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	5	7.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4	6.0
พนักงาน/ลูกจ้าง	16	23.9
ธุรกิจส่วนตัว	27	40.3
แม่บ้าน	11	16.4
เกษียณ	4	6.0
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงาน/

ลูกจ้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และที่น้อยที่สุดมี 2 จำนวนคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเกษียณ จำนวนอย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	12	17.9
20,000-40,000 บาท	23	34.3
40,001-60,000 บาท	11	16.4
60,001 ขึ้นไป	21	31.3
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000-40,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา คือ มีรายได่ต่อเดือน 60,001 ขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการเป็นสมาชิก		
สมาชิกแบบคูปอง	10	14.9
สมาชิกรายเดือน	39	58.2
สมาชิกราย 3 เดือน	13	19.4
สมาชิกราย 6 เดือน	1	1.5
สมาชิกราย 12 เดือน	4	6.0
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเป็นสมาชิกรายเดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ สมาชิกราย 3 เดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และน้อยที่สุดคือ สมาชิกราย 6 เดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อสัปดาห์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ		
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	14	20.9
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	28	41.8
มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป	25	37.3
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และน้อยที่สุดคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.10-4.17

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมแต่ละด้านรวม 7 ด้าน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการบริการ	3.35	1.83	ปานกลาง
2. ด้านราคา	4.30	1.30	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.10	1.16	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.08	1.93	ปานกลาง
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.67	.80	มากที่สุด
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.21	1.00	มาก
7. ด้านกระบวนการการให้บริการ	4.57	.69	มากที่สุด
รวม	4.04	1.24	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.04) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.67) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.57) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 3.08) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการ

ด้านบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย	3.84	1.09	มาก
2. ชั้นเรียน Beginner Yoga	3.40	1.96	ปานกลาง
3. ชั้นเรียน Ashtanga Vinyasa Yoga	3.72	1.82	มาก
4. ชั้นเรียน Hip Opener Yoga	2.60	2.19	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ด้านบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
5. ชั้นเรียน Backbend & Inversion	2.57	2.24	ปานกลาง
6. ชั้นเรียน Flow Yoga	4.04	1.67	มาก
7. ชั้นเรียน Power Yoga	3.15	2.19	ปานกลาง
8. ชั้นเรียน Advance Yoga	2.69	2.33	ปานกลาง
9. บริการเครื่องดื่มและของว่างเพื่อสุขภาพ	4.22	1.01	มาก
รวม	3.35	1.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านการบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.35) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการเครื่องดื่มและของว่างเพื่อสุขภาพ ($\bar{x}$ = 4.22) รองลงมาคือ ชั้นเรียน Flow Yoga ($\bar{x}$ = 4.04) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ชั้นเรียน Backbend & Inversion ($\bar{x}$ = 2.57) อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ	4.54	0.91	มากที่สุด
2. ราคายุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับการให้บริการ	4.27	1.41	มาก
3. ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการใกล้เคียง	4.10	1.58	มาก
รวม	4.30	1.30	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านราคาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.30) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.54) รองลงมาคือ ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.27) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับสถานบริการใกล้เคียง ($\bar{x}$ = 4.10) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. บริเวณพื้นที่กว้าง โล่ง ไม่อึดอัด	3.88	1.09	มาก
2. การคมนาคมสะดวก	4.36	1.13	มาก
3. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง	4.06	1.26	มาก
รวม	4.10	1.16	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การคมนาคมสะดวก ($\bar{x}$ = 4.36) รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง ($\bar{x}$ = 4.06) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ บริเวณพื้นที่กว้าง โล่ง ไม่อึดอัด ($\bar{x}$ = 3.88)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การชำระเงินได้โดยใช้บัตรเครดิต	2.25	2.14	น้อย
2. การส่งเสริมให้มี Work Shop อย่างสม่ำเสมอ	3.46	1.73	ปานกลาง
3. การสื่อสารและแจ้งข่าวสารด้วยการโฆษณาอย่างครอบคลุม	3.57	1.53	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
4. การสื่อสารและแจ้งข่าวสารด้วยการโฆษณาอย่างครอบคลุม	3.57	1.53	มาก
5. การมีส่วนลดเงินสด	3.19	1.92	ปานกลาง
6. การหยุดพักความเป็นสมาชิกไว้ชั่วคราว	2.63	2.13	ปานกลาง
7. การทดลองเรียนฟรี	3.42	2.16	ปานกลาง
รวม	3.08	1.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.08) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การสื่อสารและแจ้งข่าวสารด้วยการโฆษณาอย่างครอบคลุม ($\bar{x}$ = 3.57) รองลงมาคือ การส่งเสริมให้มี Work Shop อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x}$ = 3.46) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การชำระเงินได้โดยการใช้บัตรเคารดิต ($\bar{x}$ = 2.25) อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน	4.73	.77	มากที่สุด
2. ความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงาน	4.70	.79	มากที่สุด
3. การมีความพร้อมตลอดเวลาในการให้บริการ	4.63	.96	มากที่สุด
4. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี	4.67	.82	มากที่สุด

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
5. การต้อนรับของพนักงานมีอัธยาศัยไมตรี	4.73	.75	มากที่สุด
6. การดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ	4.69	.76	มากที่สุด
7. ความสะอาดของพนักงานที่ให้บริการ	4.60	.79	มากที่สุด
รวม	4.67	.80	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.67) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน ($\bar{x}$ = 4.73) รวมทั้งรายการ การต้อนรับของพนักงานมีอัธยาศัยไมตรี ($\bar{x}$ = 4.73) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงาน ($\bar{x}$ = 4.70) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสะอาดของพนักงาน ($\bar{x}$ = 4.60)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. สถานที่ ห้องน้ำ มีการดูแลและรักษาความสะอาด	4.43	.97	มาก
2. เครื่องมือ/อุปกรณ์ สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.28	.95	มาก
3. มีพื้นที่รับรองระหว่างรอ	3.94	1.22	มาก
4. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.19	.87	มาก
รวม	4.21	1.00	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.21) และเมื่อ

พิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ ห้องน้ำ มีการดูแลและรักษาความสะอาด ($\bar{x}$ = 4.43) รองลงมาคือ เครื่องมือ/อุปกรณ์ สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{x}$ = 4.28) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีพื้นที่รับรองระหว่างรอ ($\bar{x}$ = 3.94)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ	4.49	.82	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.54	.76	มากที่สุด
3. การให้บริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ	4.54	.76	มากที่สุด
4. ความซื่อสัตย์และยุติธรรม	4.73	.44	มากที่สุด
รวม	4.57	.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความซื่อสัตย์และยุติธรรม ($\bar{x}$ = 4.73) รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการและการให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ ($\bar{x}$ = 4.54) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.49) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในส่วประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยการใช้ t-test และ F-test ค่าความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ LSD ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 4.18 – 4.28

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านเพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านบริการ	2.46	2.08	3.45	1.79	1.27	0.304
2. ด้านราคา	3.72	1.59	4.04	1.23	-0.73	0.120
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.78	1.47	4.13	1.13	-0.73	0.400
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.84	2.24	3.21	1.87	-1.48	0.297
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.98	1.99	4.75	0.58	-1.07*	.001
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.83	1.60	4.25	0.93	-1.14	0.242
7. ด้านกระบวนการให้บริกการ	3.92	1.53	4.64	0.53	-1.02	0.131
รวม	3.36	1.79	4.07	1.15	-0.7	0.214

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง โดยภาพรวม ผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -0.7 ค่า Sig. เท่ากับ 0.214 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพศชายและเพศหญิงเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านบริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ 1.27 ค่า Sig. เท่ากับ 0.304 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบริการ

ด้านราคา

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -0.73 ค่า Sig. เท่ากับ 0.12 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -0.73 ค่า Sig. เท่ากับ 0.400 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจัดหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -1.48 ค่า Sig. เท่ากับ 0.297 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -1.07 ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศชายและเพศหญิงส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -1.14 ค่า Sig. เท่ากับ 0.242 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า t เท่ากับ -1.02 ค่า Sig. เท่ากับ 0.131 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มอายุแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านอายุ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	29.080	5	5.816	1.916	0.193
	ภายในกลุ่ม	208.134	61	3.412		
	รวม	237.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	11.194	5	2.239	2.000	0.386
	ภายในกลุ่ม	106.170	61	1.741		
	รวม	117.364	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	8.820	5	1.764	1.307	0.280
	ภายในกลุ่ม	81.250	61	1.332		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	28.059	5	5.612	1.467	0.385
	ภายในกลุ่ม	223.648	61	3.666		
	รวม	251.707	66			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.108	5	2.244	5.225*	0.01
	ภายในกลุ่ม	31.512	61	0.517		
	รวม	43.620	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	9.735	5	1.947	2.009	0.091
	ภายในกลุ่ม	58.340	61	0.956		
	รวม	68.075	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.542	5	2.108	4.951	0.190
	ภายในกลุ่ม	23.26	61	0.381		
	รวม	33.806	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	15.648	5	3.102	2.696	0.219
	ภายในกลุ่ม	104.617	61	1.715		
	รวม	120.265	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในระดับอายุต่างๆ กัน โดยภาพรวม ผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 2.696 ค่า Sig. เท่ากับ 0.219 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในระดับอายุต่างๆ กันให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ด้านบริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.916 ค่า Sig. เท่ากับ 0.193 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบริการแตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 2.00 ค่า Sig. เท่ากับ 0.386 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคาแตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.307 ค่า Sig. เท่ากับ 0.280 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจัดหน่ายแตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ -1.48 ค่า Sig. เท่ากับ 1.467 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 5.225 ค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลักและ ยอมรับสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกัน และจากผลที่ได้แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยระดับการใช้บริการแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ฉะนั้นจึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่ละคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ในเรื่องระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ					
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	1.344	-	3.828	4.129	4.282	3.618	0.098
20-30 ปี	4.194		-	2.997	2.859	5.816	0.007*
31-40 ปี	2.720			-	5.695	4.297	0.001*
41-50 ปี	2.826				-	4.056	0.002*
51-60 ปี	5.3474					-	0.011*
61 ปีขึ้นไป	-15.604						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีอายุต่างกัน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ผู้ใช้บริการอายุ 20-30 ปี ผู้ใช้บริการอายุ 31-40 ปี ผู้ใช้บริการอายุ 41-50 ปี และผู้ใช้บริการอายุ 51-60 ปี มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ในส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 2.009 ค่า Sig. เท่ากับ 0.091 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 4.951 ค่า Sig. เท่ากับ 0.190 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า อายุไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	19.440	3	6.480	1.674	0.280
	ภายในกลุ่ม	217.774	63	3.457		
	รวม	257.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.403	3	0.801	0.450	0.719
	ภายในกลุ่ม	114.960	63	1.825		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.113	3	1.371	0.964	0.447
	ภายในกลุ่ม	85.957	63	1.364		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.338	3	2.113	0.572	0.649
	ภายในกลุ่ม	245.369	63	3.895		
	รวม	251.707	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.838	3	0.279	0.434	0.733
	ภายในกลุ่ม	42.782	63	0.679		
	รวม	43.620	66			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.922	3	1.974	2.122	0.196
	ภายในกลุ่ม	62.152	63	0.976		
	รวม	68.074	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.055	3	0.352	0.642	0.597
	ภายในกลุ่ม	32.750	63	0.520		
	รวม	33.805	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.730	3	1.910	0.980	0.517
	ภายในกลุ่ม	114.535	63	1.980		
	รวม	120.235	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านสถานภาพสมรส โดยภาพรวมผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 0.980 ค่า Sig. เท่ากับ 0.517 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านสถานภาพสมรสให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีสัญชาติแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มสัญชาติไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มสัญชาติแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การทดสอยสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านสัญชาติ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านบริการ	ระหว่ากลุ่ม	24.481	1	24.481	7.273	0.198
	ภายในกลุ่ม	212.732	65	3.272		
	รวม	237.213	66			
2. ด้านราคา	ระหว่ากลุ่ม	2.076	1	2.076	0.847	0.635
	ภายในกลุ่ม	115.287	65	1.773		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่ากลุ่ม	0.873	1	0.873	0.582	0.506
	ภายในกลุ่ม	89.196	65	1.372		
	รวม	90.069	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่ากลุ่ม	21.807	1	21.807	6.274*	0.032
	ภายในกลุ่ม	229.899	65	3.536		
	รวม	251.706	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.123	1	0.123	0.197	0.719
	ภายในกลุ่ม	43.497	65	0.669		
	รวม	43.620	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.174	1	2.174	1.852	0.248
	ภายในกลุ่ม	65.900	65	1.013		
	รวม	68.074	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริกาบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.230	1	0.230	1.194	0.691
	ภายในกลุ่ม	33.575	65	0.516		
	รวม	33.805	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.286	1	7.395	2.603	0.433
	ภายในกลุ่ม	112.869	65	1.735		
	รวม	116.155	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านสัญชาติต่างกัน โดยภาพรวมผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 2.603 ค่า Sig. เท่ากับ 0.433 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านสัญชาติต่างกันให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ด้านบริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 7.273 ค่า Sig. เท่ากับ 0.198 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบริการแตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 0.847 ค่า Sig. เท่ากับ 0.635 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านราคาแตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 0.582 ค่า Sig. เท่ากับ 0.506 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจัดหน่ายแตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 6.274 ค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน กัน และจากผลที่ได้แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยระดับการใช้บริการแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ฉะนั้นจึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่ละคู่ด้วยวิธี t-test และ Independent Samples test ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Independent Sample test ในเรื่องระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สัญชาติ	ค่าเฉลี่ย	สัญชาติ	
		ไทย	ต่างชาติ
ไทย	3.399	-	0.032*
ต่างชาติ	2.094		-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีสัญชาติไทย มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่เป็นต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 0.197 ค่า Sig. เท่ากับ 0.719 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่าสัญชาติไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.852 ค่า Sig. เท่ากับ 0.248 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.194 ค่า Sig. เท่ากับ 0.691 ซึ่งสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า สัญชาติไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มการศึกษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.819	2	4.409	1.358	0.299
	ภายในกลุ่ม	228.394	64	3.568		
	รวม	237.213	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.394	2	0.697	0.462	0.647
	ภายในกลุ่ม	115.969	64	1.812		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.667	2	2.334	1.736	0.243
	ภายในกลุ่ม	85.403	64	1.736		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.179	2	4.589	1.146	0.446
	ภายในกลุ่ม	242.528	64	1.145		
	รวม	251.707	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.124	2	1.062	1.784	0.248
	ภายในกลุ่ม	41.497	64	0.648		
	รวม	43.621	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.297	2	2.148	2.126	0.193
	ภายในกลุ่ม	63.778	64	0.997		
	รวม	68.075	66			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.752	2	0.376	0.684	0.525
	ภายในกลุ่ม	33.054	64	0.516		
	รวม	33.806	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.462	2	2.231	1.328	0.372
	ภายในกลุ่ม	115.803	64	1.489		
	รวม	120.265	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านระดับการศึกษา โดยภาพรวม ผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.328 ค่า Sig. เท่ากับ 0.372 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านระดับการศึกษาให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	15.545	5	3.109	10.280	0.523
	ภายในกลุ่ม	221.669	61	3.634		
	รวม	237.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	12.203	5	2.441	1.651	0.223
	ภายในกลุ่ม	105.160	61	1.724		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.821	5	1.364	0.987	0.469
	ภายในกลุ่ม	83.249	61	1.364		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	33.329	5	6.666	1.964	0.143
	ภายในกลุ่ม	218.377	61	3.580		
	รวม	251.706	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.065	5	1.413	2.623	0.117
	ภายในกลุ่ม	36.555	61	0.599		
	รวม	43.620	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.429	5	1.286	1.227	0.369
	ภายในกลุ่ม	61.646	61	1.011		
	รวม	68.075	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.439	5	1.287	2.678	0.062
	ภายในกลุ่ม	27.367	61	0.449		
	รวม	33.806	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.547	5	2.509	3.059	0.272
	ภายในกลุ่ม	107.718	61	1.766		
	รวม	120.265	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านอาชีพ โดยภาพรวมผู้ศึกษาได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 3.059 ค่า Sig. เท่ากับ 0.272 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านอาชีพให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีรายได้แตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มรายได้ไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มรายได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านรายได้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.563	3	3.188	1.065	0.504
	ภายในกลุ่ม	227.651	63	3.614		
	รวม	237.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.035	3	1.345	0.935	0.477
	ภายในกลุ่ม	113.328	63	1.799		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.056	3	1.352	1.084	0.440
	ภายในกลุ่ม	86.013	63	1.365		
	รวม	90.069	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	17.933	3	5.978	1.491	3.667
	ภายในกลุ่ม	233.774	63	3.711		
	รวม	251.707	66			

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.980	3	0.993	1.559	0.287
	ภายในกลุ่ม	40.641	63	0.645		
	รวม	43.621	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.906	3	0.969	1.043	0.444
	ภายในกลุ่ม	65.168	63	1.034		
	รวม	68.074	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.150	3	1.053	1.897	0.223
	ภายในกลุ่ม	30.646	63	0.487		
	รวม	33.806	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.375	3	2.125	1.228	0.863
	ภายในกลุ่ม	113.889	63	1.808		
	รวม	120.264	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านรายได้ โดยภาพรวมผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.228ค่า Sig. เท่ากับ 0.863 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านรายได้ให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีรูปแบบการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มรูปแบบการเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

H_1: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มรูปแบบการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านรูปแบบการเป็นสมาชิก

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	41.755	4	10.439	3.043	0.178
	ภายในกลุ่ม	195.459	62	3.153		
	รวม	237.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.667	4	0.917	0.553	0.698
	ภายในกลุ่ม	113.696	62	1.834		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.183	4	1.046	0.727	0.592
	ภายในกลุ่ม	85.887	62	1.385		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	29.416	4	7.354	2.274	0.156
	ภายในกลุ่ม	222.291	62	3.585		
	รวม	251.707	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.420	4	0.355	0.553	0.704
	ภายในกลุ่ม	42.200	62	0.681		
	รวม	43.620	66			

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.819	4	2.205	2.117	0.142
	ภายในกลุ่ม	59.256	62	0.956		
	รวม	68.075	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.237	4	0.309	0.591	0.676
	ภายในกลุ่ม	32.569	62	0.525		
	รวม	33.806	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.928	4	3.232	1.408	0.449
	ภายในกลุ่ม	107.337	62	1.731		
	รวม	120.265	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านรูปแบบการเป็นสมาชิก โดยภาพรวมผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.408ค่า Sig. เท่ากับ 0.449 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านรูปแบบการเป็นสมาชิกให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 9 ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจของการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_0: การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 การให้ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในด้านต่างๆ ในแต่ละกลุ่มจำนวนครั้งที่มาใช้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 การทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	32.640	2	16.320	4.716	0.145
	ภายในกลุ่ม	204.574	64	3.196		
	รวม	237.214	66			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.828	2	0.914	0.488	0.624
	ภายในกลุ่ม	115.535	64	1.805		
	รวม	117.363	66			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.851	2	0.425	0.309	0.744
	ภายในกลุ่ม	89.219	64	1.394		
	รวม	90.070	66			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	23.602	2	11.801	3.369	0.701
	ภายในกลุ่ม	228.104	64	3.564		
	รวม	251.706	66			
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.197	2	0.098	0.153	0.864
	ภายในกลุ่ม	43.424	64	0.679		
	รวม	43.621	66			
6. ด้านสภาพแวดล้อมทาง	ระหว่างกลุ่ม	8.819	4	2.205	2.117	0.142
	ภายในกลุ่ม	59.256	62	0.956		
	รวม	68.075	66			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.237	4	0.309	0.591	0.676
	ภายในกลุ่ม	32.569	62	0.525		
	รวม	33.806	66			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.928	4	3.232	1.408	0.449
	ภายในกลุ่ม	107.337	62	1.731		
	รวม	120.265	66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ใช้บริการในด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ โดยภาพรวมผู้วิจัยได้ทดสอบได้ค่า f เท่ากับ 1.493ค่า Sig. เท่ากับ 0.620 ซึ่งค่า Sig. ที่ได้สูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการในด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการให้ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ผลการรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 67 มีผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางที่ 4.29 – 4.30

ตารางที่ 4.29 จำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ		
มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ	38	56.72
ไม่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ	29	43.28
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 56.72 และน้อยที่สุด คือ ไม่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 43.28 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปผลได้ ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 จำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำแนกได้ 13 ด้านและข้อย่อย

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรที่จะมีบริเวณพื้นที่ในการฝึกโยคะให้กว้าง โล่ง ไม่อึดอัดมากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้	14	19.41
2. ควรจัดให้มีสถานที่ห้องอาบน้ำหลังการฝึกโยคะให้เพียงพอสำหรับสมาชิก	6	9.00
3. ควรมีพื้นที่รับรองระหว่างนั่งรอให้เพียงพอ	3	4.50
4. ควรจะมีสถานที่จอดรถให้พอเพียงสำหรับสมาชิก	3	4.50
5. มีการเสนอแนะให้มีชั้นเรียนเพิ่มเติม ดังนี้		
5.1 การเพิ่มชั่วโมงเรียนก่อนการเริ่มทำงานปกติในช่วงเช้า	1	1.50
5.2 การเพิ่มชั้นเรียนโยคะร้อน	1	1.50
5.3 โยคะสำหรับคนท้อง	1	1.50
5.4 โยคะแม่และเด็ก	1	1.50
5.5 ชั้นเรียนฟิตบอล	1	1.50
6. การเสนอให้มีการจัดวางตำแหน่งเสื่อโยคะก่อนเริ่มฝึกโยคะเพื่อที่จะได้ไม่ต้องมาจัดใหม่ในระหว่างที่เริ่มเรียนไปแล้ว	1	1.50
7. การเสนอให้เพิ่มอุปกรณ์ในการทำความสะอาดเสื่อโยคะให้เพียงพอ	1	1.50
8. การเสนอแนะให้มีการลงมลภาวะทางเสียงจากเครื่องปรับอากาศภายนอกที่ดังเข้ามาในพื้นที่การฝึกโยคะ	1	1.50
9. การเสนอแนะการรณรงค์ลดมลภาวะโลกร้อนด้วยการใช้ที่บรรจุน้ำแบบใช้ซ้ำแทนการใช้ขวดน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง	1	1.50
10. การเสนอแนะและย้ำเตือนเรื่องการงดใช้และปิดเสียงเรียกเข้าของมือถือในขณะที่อยู่ในชั้นเรียนโยคะ	1	1.50
11. การเสนอแนะให้เพิ่มการทำความสะอาดสถานที่ฝึกในระหว่างที่มีการเปลี่ยนชั้นเรียนโยคะ เพื่อความสะอาดและสุขอนามัยที่ดีของสมาชิก	1	1.50

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
12. มีการเสนอแนะให้มีการทำกิจกรรมสังสรรค์ระหว่างสมาชิกนอกเหนือจากการทำกิจกรรมในชั้นเรียนโยคะ	1	1.50
13. ไม่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ	29	43.20
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาคือ เสนอว่าควรที่จะมีบริเวณพื้นที่ในการฝึกโยคะให้กว้าง โล่ง ไม่อึดอัดมากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ถัดมาคือ เสนอว่าควรจัดให้มีสถานที่ห้องอาบน้ำหลังการฝึกโยคะให้เพียงพอสำหรับสมาชิก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ9.00 ถัดมาคือ เสนอว่าควรมีพื้นที่รับรองระหว่างนั่งรอให้เพียงพอและเสนอว่าควรจะมีสถานที่จอดรถให้พอเพียงสำหรับสมาชิก จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และน้อยที่สุดคือ มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของรายด้านและข้อย่อยที่ 5 ถึง 12 จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาจะนำเสนอประเด็นดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.1.1 ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.1.2 ทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

1.1.3 ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนาสถานที่และการบริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

1.2 วิธีดำเนินการศึกษา การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของเดือน กรกฎาคมและสิงหาคม จำนวน 80 คน (บันทึกผู้เข้าใช้บริการสถานที่ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1/7/2558) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ และใช้วิธการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดถือความสะดวกในการให้ข้อมูล เป็นผู้ที่อยู่ใกล้และผู้ที่ให้ความร่วมมือไปเรื่อยๆ จนกว่าจะได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ สถานะภาพสมรส สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ ฟิลลิป ค็อตเล่อร์ (Philip Kotler) เป็นเกณฑ์ในการสร้างแบบสอบถามทั้ง 7 ด้านได้แก่ บริการ (Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงานผู้ให้บริการ (People) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ที่ให้ผู้ใช้บริการเสนอข้อคิดเห็นและข้อแนะนำเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้ที่มาใช้บริการสามารถตอบคำถามพร้อมทั้งให้ข้อมูลที่ต้องการเสนอแนะได้อย่างอิสระ โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test หรือความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One –Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ LSD

1.3 ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาสรุปผลการวิจัยดังนี้

1.3.1 สรุปผลข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 91.0 โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมามีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีอายุ 61 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ โดยมีสภาพสมรสแต่งงาน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมามีสถานภาพสมรสโสด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพสมรสหย่า และหม้าย จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ซึ่งส่วนใหญ่มีมีสัญชาติไทย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 และเป็นต่างชาติ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 จำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 และน้อยที่สุดมี 2 จำนวนคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนอย่างละ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 23.9 และที่น้อยที่สุดมี 2 จำนวนคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเกษียณ จำนวนอย่างละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000-40,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ มีรายได่ต่อเดือน 60,001 ขึ้นไป

จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ส่วนใหญ่มีรูปแบบการเป็นสมาชิกรายเดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ สมาชิกราย 3 เดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และน้อยที่สุดคือ สมาชิกราย 6 เดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และน้อยที่สุดคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตามลำดับ

1.3.2 สรุปผลระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 และเมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

1.3.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ และสัญชาติต่างกัน ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้

1.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น ของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมได้มีผู้ให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจำนวนมากที่สุด คือ การปรับปรุงให้มีพื้นที่ในการฝึกโยคะให้กว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ20.80 รองลงมาคือในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรจะให้มีสถานที่ห้องอาบน้ำหลังการฝึกโยคะ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ถัดมาคือ การมีพื้นที่รับรองที่เหมาะสมต่อจำนวนสมาชิกและ การมีสถานที่ที่จอดรถให้พอเพียงต่อสมาชิก จำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

2. อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมแต่ละด้านรวม 7 ด้าน อยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว ให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีความสุภาพ ความเต็มใจในการบริการ การต้อนรับของพนักงานมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี การดูแลเอาใจใส่ผู้ที่มาใช้บริการ การที่พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงาน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับความไว้วางไว้ และสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานแก่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างยิ่ง จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากจากผู้ที่มาใช้บริการสอดคล้องกับการศึกษาของรุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.2 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการให้บริการในการฝึกโยคะที่หลากหลาย จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในการฝึกโยคะได้ทุกๆ ชั้นเรียน อีกทั้งชั้นเรียนที่เปิดสอนในแต่ละช่วงเวลานั้นไม่ตรงกับเวลาที่สะดวกในการฝึกของผู้ใช้บริการเป็นบางส่วนด้วย ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติธัช อิ่มวัฒนกุล (2553: 26) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์การบริการส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทยในด้านประปา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552: บทคัดย่อ) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสติน แกรนด์สุขุมวิท ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็น ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง

ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ อยู่ในระดับดีมีความพึงพอใจ อยู่ใน ระดับพึงพอใจอย่างมาก และมีความจงรักภักดีของลูกค้า อยู่ในระดับ อาจใช้บริการหรือแนะนำ

2.3 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปัจจุบันมีการเปิดการให้บริการของสตูดิโอเพื่อการฝึกโยคะในพื้นที่อำเภอหัวหินและพื้นที่ใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีคู่แข่งขันทางธุรกิจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถนำราคามาเปรียบเทียบและใช้เป็นเครื่องชี้วัดในเรื่อง ความเหมาะสมกับคุณภาพเพิ่มมากขึ้น นี้เป็นการพิสูจน์ถึงการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ สามารถที่จะสร้างความพึงพอใจด้านราคาในระดับมากให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของรุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: 55) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับศูนบ์ออกกำลังกายอื่นอสอดคล้องกับ เสกสรร อภิชัย (2555: 23) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคาสินค้า ดดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ให้ความสำคัญในราคาค่าใช้บริการที่เหมาะสม

2.4 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากอาจสืบเนื่องมาจาก Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ภายในอาคารของพื้นที่ โรงแรม จี โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ซึ่งตั้งอยู่ ณ ปากซอยหัวหิน 94 ถนนเพชรเกษม ที่มีบริเวณพื้นที่โล่งกว้าง มีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัยและพอเพียง รวมทั้งยังมีรถโดยสารสาธารณะที่ผ่านไปมาทำให้การเดินทางและการคมนาคมมีความสะดวกสบายแก่ผู้ที่จะเดินทางมาใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของรุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: 55) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ด้านช่องการการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนมากกว่าข้ออื่นคือ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดี เดินทางสะดวก เข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: 39) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง

2.5 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มิได้มีการแจ้งเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดบางส่วนให้กับผู้มาใช้บริการทราบเป็นลายลักษณ์อักษรภายในพื้นที่ที่ให้บริการทำให้สมาชิกไม่ทราบในรายละเอียดบางส่วน ซึ่งเป็นการขาดการประชาสัมพันธ์อย่างครอบคลุมและให้ทั่วถึง ทำให้ผู้ที่จะมาใช้บริการไม่สามารถรับรู้และเข้าใจได้อย่างเพียงพอ เช่น การหยุดพักความเป็นสมาชิกไว้ชั่วคราว การทดลองเรียนฟรี รวมถึงการส่งเสริมให้มี Work Shop อย่างสม่ำเสมอ สังเกตได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการบางส่วนเป็นจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถให้คำตอบในด้านการส่งเสริมการตลาดได้ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัย บุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: บทคัดย่อ)) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับรุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าโดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีคะแนนมากกว่าข้ออื่นคือ การสาธิตเพื่อแนะนำประโยชน์และวิธีการใช้อุปกรณ์

2.6 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีพนักงานผู้ให้บริการของ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความสุภาพ ความเต็มใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ รวมถึงพนักงานผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ ที่สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างถูกต้องของผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นพนักงานผู้ให้บริการยังมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ประกอบกับการดูแลเอาใจใส่และมีความพร้อมตลอดเวลาในการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมั่นใจในคุณภาพของการให้บริการ โดยผลการวิจัยรายด้านที่มีคะแนนสูงสุดคือ ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: 58) ศึกษาเรื่อง ความปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยคะแนนที่มีมากกว่าข้ออื่นคือ พนักกงานให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนนอมและเป็นมิตร สอดคล้องกับบุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: 41)) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยด้านพนักงาน

ผู้ให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความพร้อมตลอดเวลาในการให้บริการ

2.7 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สถานที่ ห้องน้ำ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีการดูแลและรักษาความสะอาดจัดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีพื้นที่รับรองระหว่างรอและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: 58) ศึกษาเรื่อง ความปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีคะแนนมากกว่าข้ออื่นคือ สถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง สะดวกสบาย สอดคล้องกับบุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: 42)) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก

2.8 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจาก Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรูปแบบขั้นตอนในการปฏิบัติของพนักงานที่ให้บริการมีความรวดเร็ว มีมาตรฐานและคุณภาพ ด้วยการให้บริการที่ถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งยังมีความซื่อสัตย์และยุติธรรมตรงต่อเวลาอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นขั้นตอนในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการจนได้รับความไว้วางใจ มั่นใจและเชื่อถือ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555: 59) ศึกษาเรื่อง ความปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านกระบวนการบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีคะแนนมากกว่าข้ออื่นคือ ความรวดเร็วในการขอรับบริการ สอดคล้องกับบุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: 43)) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ

2.9 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพศ อายุ และสัญชาติ ที่ต่างกัน

มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เพศเป็นลักษณะทางกายภาพที่บ่งชี้ถึงด้านสรีระ ความถนัด สภาวะจิตใจ อารมณ์ มีความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทัศนคติและความต้องการซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถทำให้มีความแตกต่างในความพึงพอใจเกิดขึ้นได้ อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานซืน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในส่วนที่เป็นด้านสัญชาติสืบเนื่องมาจากการในแบบสอบถามของงานวิจัยในครั้งนี้ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลข้อที่ 4 ได้มีการสอบถามและแบ่งสัญชาติออกเป็น 2 ส่วนคือ ไทย และต่างชาติ จึงอาจเป็นสาเหตุมาจากทางด้านวัฒนธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติ ความคาดหวังรวมไปถึงมาตรฐานต่างๆ ที่แตกต่างกันของกลุ่มคนที่ต่างสัญชาติ จึงอาจเป็นอีกสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของบุญเรือน เนื่องอัมพร (2551: 44-45) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับวันดี รัตนกายแก้ว (2554: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร ผลงานวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊คของผู้ซื้อสินค้าในระดับอายุต่างๆ กัน ในภาพรวมแตกต่างกัน

2.10 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมได้มีผู้ให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจำนวนมากที่สุด คือ การปรับปรุงให้มีพื้นที่ในการฝึกโยคะให้กว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด การมีสถานที่ที่จอดรถให้พอเพียงต่อสมาชิก และรองลงมาคือในด้าน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ควรจะให้มีสถานที่ห้องอาบน้ำหลังการฝึกโยคะ การมีพื้นที่รับรองที่เหมาะสมต่อจำนวนสมาชิก

3. ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการศึกษาดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

3.1.1 จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเป็นสมาชิกรายเดือน ควรที่จะทำการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ผู้ใช้บริการที่สมัครสมาชิกราย 3 เดือนขึ้นไปสามารถผ่อนชำระและมีส่วนลดเงินสด เพื่อรักษาฐานผู้ใช้บริการเก่าและสร้างแรงจูงใจจากผู้ใช้บริการใหม่ เป็นการเพิ่มรายได้ในระยะยาวให้ผู้ประกอบกิจการ

3.1.2 จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 7 ด้านพบว่าการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อย ควรที่จะทำการแก้ไขและปรับปรุงในเรื่องนี้

3.1.3 จากการศึกษาทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่าด้านอายุผู้ใช้บริการอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการกลุ่มอายุอื่นๆ ยกเว้นผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนในด้านสัญชาติที่ผู้ใช้บริการสัญชาติไทยมีความพึงพอใจแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการต่างชาติ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรที่จะค้นหาสาเหตุแล้วทำการแก้ไขและปรับปรุงในเรื่องนี้

3.1.4 จากผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นผู้มาใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการ (1) เสนอให้มีการขยายขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ ควรแก้ปัญหาในระยะสั้นด้วยการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและเพิ่มทางเลือกในการฝึกโยคะให้กับผู้ใช้บริการ ระยะยาวควรดูในส่วนของความน่าจะเป็นในการลงทุนเพิ่ม (2) เสนอให้มีสถานที่อาบน้ำหลังการฝึกโยคะในส่วนนี้ผู้ประกอบกิจการมีโครงการที่จะดำเนินการอยู่แล้ว แต่ผู้ใช้บริการบางส่วนอาจจะยังไม่ทราบ ควรจะประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวสารในส่วนนี้ให้ทราบกันต่อไป (3) เสนอให้มีพื้นที่รับรองเพิ่ม ควรจะจัดหาเก้าอี้มาเพิ่มเติมสำหรับรับรองเพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (4) เสนอให้มีสถานที่จอดรถที่พอเพียง ควรจะประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทราบถึงสถานที่จอดรถที่อยู่ด้านข้างของโรงแรมฯ ที่มีบริเวณกว้างขวางเพียงพอต่อการจอดรถ (5) ในส่วนความคิดเห็นและ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ นั้น ผู้ประกอบกิจการควรที่จะพิจารณาเพื่อใช้ในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ประกอบกิจการในลักษณะเดียวกันนี้เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการของแต่ละแห่งและแต่ละพื้นที่ รวมถึงจะได้นำมาเปรียบเทียบความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละแห่งว่ามีความเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการในแต่ละพื้นที่และในภาพรวมทั่วๆไป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ครอบคลุมต่อไป

3.2.2 ควรศึกษาปัจจัยในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการการที่ส่งผลต่อการสร้างความจงรักภักดีและการสนันสนุนตราสินค้า ที่มีผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้งและตลอดไป เพราะหากมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องนี้แล้วก็จะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างตรงจุดและเพิ่มมากขึ้น

3.2.3 ควรศึกษาในเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่มีสัญชาติแตกต่างกัน เพื่อหาความแตกต่างและความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีสัญชาติแตกต่างกัน ที่อาศัยอยู่ในขอบเขตที่จะทำการศึกษา

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กิตติธัช อิ่มวัฒนกุล .(2553). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา.* (โครงงานปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

กนกพร ลีลาเทพินทร์ พัชญา มาลือศรี และปรารถนา ปุณณกิติเกษม .(2554). “การประเมินระดับคุณภาพการการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL” วารสารวิจัยและพัฒนา มจก. 34, 4 (ตุลาคม-ธันวาคม): 446.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ .(2548). “การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร” คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัชวาล ทัตศิวัช .(2554). “ความหมายคุณภาพการบริการ” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2558 จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true

ณัฐฐา หงษ์แก้ว .(2555). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพฯ)” แบบฝึกหัดการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทีมวาไรตี้ .(2558). “บัว ดอกไม้พุทธบูชา มากความหมายสื่อหลักธรรม” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 19 กรกฎาคม 2558 จาก http://www.dailynews.co.th/article/236901

ธัญญารัตน์ บุญต่อ .(2552). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท.* (ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

น้ำลิน เทียมแก้ว .(2555). “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555” โครงการวิจัย สำนักวิทยบริการ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ .(2554). “กลยุทธ์ผลิตภัฑณ์” ใน ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ (หน่วยที่ 4) หน้า 38-39. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : นนทบุรี.

บุณเรือน เนื่องอัมพร .(2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านภาสกร คาร์แคร์ จังหวัดปทุมธานี*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร.

ปภัศร ชัยวัฒน์ และคณะ .(2555). “การศึกษาคุณภาพการบริการของสถานพยาบาลในระบบประกันสังคม” รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ปรมา เปาวิมาน .(2553). “ความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการของ บริษัทโตโยต้าเชียงใหม่ (แยกหนองประทีป) จำกัด” รายงานการวิจัย : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภากรณ์ น้ำว้า ศิริวิมล วันทอง .(2550). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลด่านมะขามเตี้ย อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจบุรี*. (รายงานการวิจัยปริญญาวิทยาศาสตร์บัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราภัฏนครปฐม, นครปฐม.

ยุทธนา ธรรมเจริญ .(2554). “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์*. (หน่วยที่ 2). หน้า 32-33. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : นนทบุรี.

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ .(2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

วิมลรัตน์ หงส์ทอง .(2555). *ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม “ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 31 เมษายน 2558 จาก http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content /83/40-43.pdf

สยามคเณศ .(2557). “รวมบทความน่าอ่าน” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2558 จาก http://www.siamganesh.com/hindu/archives/377

สุกัญญา มีแก้ว .(2554). *ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎธานี, สุราษฎธานี.

สุจิต นิรมล .(2553). “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาปลาใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” รายงานการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เสกสรร อภิชัย .(2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการออกกำลังกาย ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” รายงานการศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์ .(2554). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังคหวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อนุสิษฐ์ แจ้งจิตต์ .(2558). เจ้าของกิจการและหัวหน้าผู้ฝึกสอนโยคะ Shakti Yoga (วันที่ 12-13 มิถุนายน 2558) สัมภาษณ์โดย นางสาวมุกดา นิลภา Shakti Yoga โรงแรม จีโฮเทล แอนด์รีสอร์ท หัวหิน ถนนเพชรเกษม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

อรทัย เลิศสุวรรณวิทย์ ณักษ์ กุลิสร์ .(2553). “คุณภาพการให้บริการและความภักดีด้านพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางการแพทย์ในเขต กรุงเทพมหานคร” งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

อุไร ดวงระหว้า .(2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

เว็บไซด: sciencedirect.com/science/article/pii/S1084856801000402

http:www.shaktiyogahuahin.com

http:www.yogathai.net/yoga_about/yoga_meaning.html

IHotel Marketer .(2555). “7P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2558 จาก http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=301:7ps-service-marketing-mix&Itemid=360

Impression “บุคลิกคุณลักษณะ7 ประการของนักบริการที่ดี” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2558 จาก http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/405-article5092012.html

insine in Gallery directory Cartoon .(2555). “ Shakti=Strength” สาระสังเขปออนไลน์ คืนค้นวันที่ 31 มิถุนายน 2558 จาก http://insine.exteen.com/20120204/shakti-strength.

Jaime R.S. Fonseca .(2009). Customer satisfaction study via a latent segment model Journal of Retailing and Consumer Service09/2009; 16(5):352-359. DOI: 101016/j.jretconser.2009.04.001.

Lien-Ti Bei, Cian-Fong Shang .(2006). Building marketing strategies for state-owned enterprises against private ones based on the perspectives of customer satisfaction and service quality.

Journal of retailing and consumer services. .(2006). vol.13,no.1,pp.113. DOI: 10.1016/j.jretconser.2004.07.002

Linda C. Ueltschy, Michel Laroche, Axel Eggert, Uta Bindl .(2007). Service quality and Satisfaction: an international comparison of professional services perceptions. journal of services marketing. DOI: 10.1108/08876040710818903.

Lisaguru .(2556). “5 โยคะสำหรับสาวต่างสไตล์แบบไนเหมาะกับคุณ?” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 20 มิถุนายน 2558 จาก http://www.lisaguru.com/wp/blog/health/5-v14no32-18092013-03/

Yamane, Taro. (1973).Statistics: An Introductory Analysis.Third edition. Newyork: Harper and rowpublication. Longman; 3rd edition (January 1, 1973)

YogaSutraThai .(ม.ป.ป.). “สไตล์การสอนโยคะ” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2558 จาก http://www.yogasutrathai.com/?page_id=294

Zeynep Filiz .(2009). service quality of travel agents in Turkey. Journal: Quality & Quantity -QUAL QUANT, 2010, vol. 44, no. 4, pp. 793-805. DOI: 10.1007/s11135-009-9233z.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามฉบับภาษาไทย

คำชี้แจงแบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 คำถามแบบปลายเปิดในส่วนที่ 3 ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล มีจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวน 7 ข้อพร้อมข้อย่อย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

แบบสอบถามฉบับนี้มีจำนวนเอกสารรวมทั้งสิ้น 5 แผ่นจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. ศึกษาการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

3. ศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้รับ นำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนา สถานที่และการบริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมในครั้งนี้ใช้เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อนึ่งข้อมูลที่ได้ในครั้งนี้ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลที่ท่านให้ไปก่อให้เกิดความเสียหายใดๆต่อท่านทั้งทางตรงและทางอ้อม

โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล และขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นาวสาวมุกดา นิลภา

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล มีจำนวน 9 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย 3 ลงในช่อง ( ) ซึ่งตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

---

1. เพศ

1( ) ชาย 2( ) หญิง

2. อายุ

1( ) ต่ำกว่า 20 ปี 2( ) 20–30 ปี 3( ) 31–40 ปี

4( ) 41-50 ปี 4 ( ) 51-60 ปี 6( ) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

1( ) โสด 2( ) แต่งงาน 3( ) หย่า

4( ) หม้าย

4. สัญชาติ

1( ) ไทย 2( ) ต่างชาติ

5. ระดับการศึกษา

1( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2( ) ปริญญาตรี 3( ) สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ

1( ) นักเรียน/นักศึกษา 2( ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 3( ) พนักงาน/ลูกจ้าง

4( ) ธุรกิจส่วนตัว 5( ) แม่บ้าน 6( ) เกษียณ

7. รายได้ต่อเดือน

1( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท 2( ) 20,000 – 40,000 บาท 3( ) 40,001 – 60,000 บาท

4( ) 60,001 บาทขึ้นไป

8. รูปแบบการเป็นสมาชิกของท่าน

1( ) สมาชิกแบบคูปอง 2( ) สมาชิกรายเดือน 3( ) สมาชิกราย 3 เดือน

4( ) สมาชิกราย 6 เดือน 5( ) สมาชิกราย 12 เดือน

9. จำนวนครั้งที่ท่านมาใช้บริการในช่วง 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา

1( ) 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 2( ) 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ 3( ) มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย 3 ลงในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

มีจำนวนคำถาม 7 คำถามพร้อมข้อย่อย ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

N/A หมายถึง ไม่สามารถให้คำตอบได้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga	**ระดับความพึงพอใจ**					
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**N/A**
1. บริการ (Service)						
1.1 อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย						
1.2 ชั้นเรียน Beginner Yoga						
1.3 ชั้นเรียน Ashtanga Vinyasa Yoga						
1.4 ชั้นเรียน Hip Opener Yoga						
1.5 ชั้นเรียน Backbend & Inversion						
1.6 ชั้นเรียน Flow Yoga						
1.7 ชั้นเรียน Power Yoga						
1.8 ชั้นเรียน Advance Yoga						
1.9 บริการเครื่องดื่มและของว่างเพื่อสุขภาพ						
2. ราคา (price)						
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ						
2.2 ราคายุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับการให้บริการ						

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga	ระดับความพึงพอใจ					
	5	4	3	2	1	N/A
2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสถานบริการใกล้เคียง						
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
3.1 บริเวณพื้นที่กว้าง โล่ง ไม่อึดอัด						
3.2 การคมนาคมสะดวก						
3.3 ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและพอเพียง						
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotions)						
4.1 สามารถชำระเงินได้โดยใช้บัตรเครดิต						
4.2 การส่งเสริมให้มี Workshop อย่างสม่ำเสมอ						
4.3 การสื่อสารและแจ้งข่าวสารด้วยการโฆษณาอย่างครอบคลุม						
4.4 การมีส่วนลดเงินสด						
4.5 การหยุดพักความเป็นสมาชิกไว้ชั่วคราว						
4.6 การทดลองเรียนฟรี						
5. พนักงานผู้ให้บริการ (People)						
5.1 ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน						
5.2 ความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงาน						
5.3 การมีความพร้อมตลอดเวลาในการให้บริการ						
5.4 พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี						
5.5 การต้อนรับของพนักงานมีอัธยาศัยไมตรี						
5.6 การดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ						
5.7 ความสะอาดของพนักงานที่ให้บริการ						

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Shakti Yoga	ระดับความพึงพอใจ					
	5	4	3	2	1	N/A
6. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) 6.1 สถานที่ ห้องน้ำ มีการดูแลและรักษาความสะอาด						
6.2 เครื่องมือ/อุปกรณ์ สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย						
6.3 มีพื้นที่รับรองระหว่างรอ						
6.4 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก						
7. กระบวนการให้บริการ (Process) 7.1 คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ						
7.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ						
7.3 การให้บริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ						
7.4 ความซื่อสัตย์และยุติธรรม						

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

ท่านคิดว่า Shakti Yoga อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สมควรปรับปรุงหรือเพิ่มเติมสิ่งใด……...

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ

Clarification of questionnaire

Subject: "Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province."

The survey is divided in to three parts, part one and two contain a closed-end type of questions, While part three contain an open-ended type of question.

Section 1: Individual fundamental factor, 9 questions

Section 2: Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province. 7 questions with sub topic

Section 3: Comments and suggestions (If have)

This questionnaire includes 5 pages and the purpose of this questionnaire is;

1. To determine the level of Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.
2. To analyze the extent of Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.
3. To determine the level of satisfaction of the marketing Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.

4. To study the comments and suggestions in order to improvement location and service of Shakti Yoga, Hua Hin, Prachup Kirikhan Province.

This data collection was used to conduct an independent study of students in graduate programs, at Sukhothai Thammathirat University. The data that you have provided to this study will not be used to cause any damage to you, both directly and indirectly.

Please complete all questions to the integrity of the data and thank you for your cooperation in this study.

Miss Mukda Nilapa

Researcher

Questionnaire

Subjec: Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.

Section 1: Individual fundamental factor, 9 questions.

Explanation; Please use check mark 3 in to the bracket ( ) which matches the information about you (Only one answer per question)

---

1. Gender

1( ) Male 2( ) Female

2. Age

1( ) Under 20 years old 2( ) 20–30 years old 3( ) 31–40 years old

4( ) 41-50 years old 5( ) 51-60 years old 6( ) Over 61

3. Relationship status

1( ) Single 2( ) Married 3( ) Divorced

4( ) Widow

4. Nationality

1( ) Thai 2( ) Foreigner

5. Education

1( ) Under bachelor's degree 2( ) Bachelor's degree 3( ) Above Bachelor's degree

6. Occupation

1( ) Student 2( ) State Enterprise/Government official 3( ) Staff/Employee

4( ) Personal business 5( ) Housewife 6( ) Retire

7. Income

1( ) Under 20,000 baht 2( ) 20,000 – 40,000 baht 3( ) 40,001 – 60,000 baht

4( ) Over 60,001

8. Type of membership

1( ) Coupons membership 2( ) 1 Month membership 3( ) 3 Months membership

4 ( ) 6 Month membership 5( ) 12 Month membership

9. The amount of time you use the service during the one week.

1( ) 1-2 time/times 2 ( ) 3-4 times 3( ) More than 4 times

Section 2: "Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province."

Please use check mark 3 in to the bracket ( ) which matches the information about you (only one answer per question)

7 questions with sub topic

5 means excellent

4 means good

3 means Fair

2 means poor

1 means very poor

N/A means unable to provide answer

Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.	**Level of satisfaction**					
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**N/A**
1. Service						
1.1 Work out equipment						
1.2 Beginner Yoga class						
1.3 Ashtanga Yoga class						
1.4 Hip Opener Yoga class						
1.5 Backbend & Inversion class						
1.6 Flow Yoga class						
1.7 Power Yoga class						
1.8 Advance Yoga class						
1.9 Drinks and healthy snacks service						

Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.	**Level of satisfaction**					
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**N/A**
2. Price						
2.1 Value and Quality of Service						
2.2 Fair price compared to the service						
2.3 Reasonable prices compared to similar facilities						
3. Place						
3.1 Wide, open spaces, comfortable						
3.2 Convenient transportation						
3.3 Parking space is safe and sufficient						
4. Promotions						
4.1 Payment can be made by credit card						
4.2 Often offer Workshop						
4.3 Communication and advertisement is well handle						
4.4 Cash discount						
4.5 Temporarily suspend of membership						
4.6 Free trial						
5. People						
5.1 Politeness and willingness to serve of the employees						
5.2 The enthusiasm toward work of the employees						
5.3 The availability of service at all times						
5.4 Employees have knowledge, can provide advice and answer well						
5.5 The hospitality of the staff						
5.6 Care for service users						
5.7 Cleanliness of the staff service						

Customer Satisfaction at Shakti Yoga Service, Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province.	**Level of satisfaction**					
	5	**4**	**3**	**2**	**1**	**N/A**
6. Physical Environment						
6.1 Cleanliness of room and bathroom						
6.2 Cleanness of tools/equipment						
6.3 Space for waiting room						
6.4 The availability of facilities.						
7. Process						
7.1 Quality and service standards						
7.2 Speedy of service						
7.3 Accuracy and precision of service						
7.4 Honesty and fairness of service						

Section 3: Other comments and suggestions (if have)

Do you think that, Shakti Yoga Hua Hin, Prachuap Kirikhan Province need to improve this service? If yes,how? ……..

……

……

……

……

……

……

……

……

……

……

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวมุกดา นิลภา
วันเดือนปีเกิด	8 ตุลาคม 2512
สถานที่เกิด	อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2548
สถานที่ทำงาน	บริษัทเมเปิลลีฟกอล์ฟคอร์สเซปปิ้งคอนซอลแทนท์ จำกัด ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ