

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง
ที่ศูนย์ออกกำลังกาย บีเย โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ



สารนิพนธ์
ของ
พัชรมณต์ สุทธิกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2559

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง
ที่ศูนย์ออกกำลังกาย บีเย โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤศจิกายน 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง
ที่ศูนย์ออกกำลังกาย บีเย โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤศจิกายน 2559

พัชรมณท์ สุทธิกุล. (2559). องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์รสิตา สังข์บุญนาท.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์หลัก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ควบ รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ควบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ค่อนข้างต่ำและต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

PRODUCT ATTRIBUTES RELATING TO FEMALE LEARNERS' SATISFACTION ON PIYA
YOGA CENTER IN SAMUTPRAKAN PROVINCE



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

November 2016

Patcharamon Suttikun. (2016). *Product Attributes Related to the Satisfaction of Female Learners with the Piya Yoga Center in Samutprakan Province*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University, Advisor: Ajarn Rasita Sangboonnak.

The objective of this research was to study the product attributes related to the satisfaction of female learners with the Piya yoga center in Samutprakan province. The sample consisted of two hundred and fifty female learners from the Piya yoga center in Samutprakan province. The data collection tool was a questionnaire. In terms of statistical applications, percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance for differential analysis, and Pearson product moment correlation coefficient were applied to analyze the correlation.

The results of the study were as follows:

Most of the respondents were twenty eight or younger, single, had a Bachelor's degree, were employees of private companies, with a monthly income of between baht 20,001 to 30,000.

Product attributes were found to be at a very good level in the aspects of expected product, core product, whereas augmented product, formal product, and potential product were found to be at a good level. The overall satisfaction levels of female learners at the Piya Yoga Center in Samutprakan Province was at a level of very satisfied level.

The results of hypotheses testing were as follows:

The product attributes in the aspects of core product, formal product, expected product, augmented product and potential product were positively related to the satisfaction levels of female learners at the Piya Yoga Center in Samutprakan Province at a moderate, rather low and very low level and at statistically significant level of 0.01.

สารนิพนธ์

เรื่อง

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง
ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ของ

พัชรมณต์ สุทธิกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ. 2559

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....

.....ประธาน

(อาจารย์รสิตา สังข์บุญนาค)

(อาจารย์รสิตา สังข์บุญนาค)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ อาจารย์รสิตา สังข์บุญนาท อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ให้ความรู้ ข้อคิดเห็นรวมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งจนผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐกฤติสร และคณาจารย์ ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้กรุณาอบรม สั่งสอนประสิทธิประสาทวิชาความรู้ทั้งในทางทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบคำถามสำหรับการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวของผู้วิจัยที่เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษามาโดยตลอดและสนับสนุนรวมทั้งช่วยเหลือในทุกๆด้านเพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาได้อย่างเต็มที่และเสร็จสมบูรณ์ขอขอบคุณเพื่อนๆจากภาควิชาการจัดการรุ่นที่16 ทุกท่านที่ได้มอบมิตรภาพและความจริงใจรวมทั้งให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาโดยตลอด และสุดท้ายขอขอบคุณกำลังใจที่ดีจากผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถผ่านเวลาอันยากลำบากจากทั้งภาระหน้าที่การงานและการศึกษามาได้อย่างดีคุณประโยชน์ใดที่ได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่มีพระคุณแก่ผู้วิจัยและขอให้ทุกท่านประสบแต่ความสุขความเจริญสืบไป

พัชรมณท์ สุทธิกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	9
แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	12
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	21
แนวคิด ทฤษฎีและองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพตาม วิถีแห่งโยคะ	25
ประวัติความเป็นมาและความหมายเกี่ยวกับโยคะ	32
ประวัติความเป็นมาของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย	44
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	44
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	50
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	56
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	88
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	92
สังเขปการวิจัย	92
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	100
อภิปรายผลการศึกษา	106
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	112
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	121
ภาคผนวก ก	122
ภาคผนวก ข	128
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	131

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน	3
2 แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ (สินค้า) บริโภค	20
3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน	45
4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)	52
5 แสดงความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	55
6 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่ม อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
7 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากการจัดกลุ่ม ใหม่ จำแนกตามกลุ่มอายุและอาชีพ	59
8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์โดยรวม	61
9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์หลัก	61
10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์	62
11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	63
12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ควบ	63
13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์	64
14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวม	65
15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test	67
16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม กลุ่มอายุ โดยใช้ F-test	67
17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มสถานภาพสมรส โดยใช้ Levene's test	68

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม กลุ่มสถานภาพสมรส โดยใช้ F-test	69
19	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test	70
20	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม กลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ F-test	71
21	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test	72
22	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม กลุ่มอาชีพ โดยใช้ F-test	72
23	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test	74
24	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม กลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ F-test	74
25	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์หลักรายข้อ กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	75
26	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์รายข้อ กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศ หญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	78
27	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังรายข้อ กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศ หญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ความรายข้อ กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศ หญิง ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	83
29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์รายข้อ กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	85
30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	88
31 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน	93



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 แสดงองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ	14



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ภายใต้การดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับโรคภัยไข้เจ็บที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น การออกกำลังกายถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถทำได้ง่าย และสามารถทำให้ร่างกายแข็งแรง ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันโรคภัยต่างๆ ซึ่งการออกกำลังกายสามารถทำได้ตั้งแต่การออกกำลังกายลักษณะง่ายๆ เช่น การเดินเร็ว การวิ่ง การวิดพื้น ขี่จักรยาน ว่ายน้ำ ฝึกชก และฝึกโยคะ เป็นต้น กิจกรรมแต่ละอย่างมีรูปแบบการเคลื่อนไหวและวิธีการเล่นที่แตกต่างกันไป เพราะจะทำให้ผู้ที่สนใจเรื่องการดูแลสุขภาพได้มีโอกาสเลือกกิจกรรมการออกกำลังกายตามความชอบและความสนใจของตนเอง

การฝึกโยคะ เป็นการฝึกเพื่อรวมกาย จิต และวิญญาณให้อยู่กับทำโยคะที่กำลังปฏิบัติ ร่างกายคือส่วนที่ทำท่าต่างๆ จิตใจคือ ส่วนที่คิด และส่วนวิญญาณคือ การมีสติหรือรับรู้ที่กำลังทำอะไร คิดอะไรอยู่ ดังนั้น ขณะที่ฝึกทำโยคะแล้วหายใจเข้าออกอย่างช้าๆ จึงเป็นการฝึกจิตให้หยุดคิด และพยายามจดจ่ออยู่กับลมหายใจ การฝึกโยคะยังเป็นการฝึกให้มีสติ รวดเร็วต่อการรับรู้าลมหายใจของผู้ฝึกนั้นช้าหรือเร็ว ลึกหรือตื้น นี่คือการฝึกเพื่อรวมกาย จิตและวิญญาณให้เป็นหนึ่งเดียวกันตามแบบของโยคะ เมื่อฝึกโยคะได้สักระยะแล้วจะเริ่มเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจ เนื่องจากมีองค์ประกอบหลายประการที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ท่าที่เลือกฝึก ซึ่งแต่ละท่าจะมีข้อดีและผลที่ต่างกันออกไป โยคะจึงเหมาะสำหรับผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ

โยคะจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของกิจกรรมการออกกำลังกายหรือกิจกรรมเพื่อบริหารกายและจิตที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน จะเห็นได้จากปริมาณของสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือ วีดีโอ วีซีดี ที่เพิ่มขึ้น มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือสอนโยคะทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้น นอกจากนั้น ศูนย์ฝึกหรือสถานที่ฝึกโยคะก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นกันและที่สำคัญที่สุดคือ มีผู้เรียนและผู้ฝึกโยคะกันมากขึ้น ทั้งที่ฝึกด้วยตนเองและฝึกโดยมีครูสอน

ปิยะ โยคะ เป็นศูนย์โยคะในจังหวัดสมุทรปราการที่ให้บริการด้านการฝึกโยคะแบบหะฐะโยคะพื้นฐาน ซึ่งมีเพียงสาขาเดียวเท่านั้น คือสาขapakน้ำ เนื่องจากว่าครูผู้สอนต้องการเข้าถึงผู้เรียนโยคะทุกคน และดูแลอย่างใกล้ชิด เน้นให้ผู้เรียนฝึกเคลื่อนไหวร่างกายตามท่าโยคะต่างๆไปพร้อมกับ การฝึกหายใจที่ถูกต้องในแต่ละท่า และด้วยศักยภาพของครูผู้สอนที่คอยให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะและให้ความใกล้ชิดกับผู้เรียนทุกคน จึงทำให้ศูนย์โยคะแห่งนี้มีชื่อเสียงไปทั่วจังหวัดสมุทรปราการ และทำให้มีผู้เรียนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ด้วยความสำเร็จของการเปิดศูนย์โยคะในจังหวัดสมุทรปราการ ปิยะ โยคะ จึงได้มีการพัฒนาและนำเสนอโยคะในรูปแบบต่างๆ เช่น โยคะร้อน ที่ฝึกสอนโดยครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและมากประสบการณ์ เป็นการนำเสนอโยคะในรูปแบบที่หลากหลาย จึงทำให้สามารถครอบคลุมถึงความต้องการของผู้เรียนในทุกระดับ

อย่างไรก็ตาม โยคะเป็นการออกกำลังกายอีกรูปแบบหนึ่งที่ส่งผลดีต่อร่างกายและจิตใจ ทำให้ร่างกายแข็งแรงจนถึงการสร้างคุณสมบัติด้านจิตใจ ความสมดุลทางอารมณ์ และความแข็งแรงภายใน หากเรามีร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงแล้ว ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับตัวเราก็จะเป็นเพียงเรื่องเล็กน้อยที่เราสามารถรับมือกับมันและจัดการได้อย่างสบายๆ ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และจะเป็นแหล่งความรู้และข้อมูลที่ดีให้แก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาเรื่องโยคะ ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ และแนวทางการปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาและมุ่งเน้นถึง ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนส่งเสริมสุขภาพ ให้มีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมสุขภาพ โดยมุ่งหวังให้ประชาชนทั่วไปมีสุขภาพที่ดีขึ้น มีพฤติกรรมการเล่นโยคะที่ถูกต้องเหมาะสม อีกทั้งมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สามารถเรียนอย่างมีความสุข ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสำคัญเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ประชาชนในด้านการส่งเสริมสุขภาพการออกกำลังกาย รวมทั้งยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในเรื่องนี้นำไปใช้ประโยชน์ตามที่ต้องการ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ความสำคัญของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความสำคัญไว้ดังนี้

ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลง และผลของการออกกำลังกายในรูปแบบการเล่นโยคะของผู้เรียนโยคะเพศหญิงในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสถานที่เรียนโยคะ อันจะเป็นผลดีต่อการปฏิบัติหน้าที่จัดการเรียนรู้ที่ดีให้แก่ผู้เรียน นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นโยคะได้ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 360 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ธันวาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 224 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยต้องการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 26 คน เพื่อให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 250 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มีรอบการเรียนทั้งหมด 12 รอบต่อสัปดาห์ จึงแบ่งจำนวนตัวอย่างในแต่ละรอบเท่าๆกัน

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน 250 คน

ลำดับ	รอบเรียน	จำนวน (คน)
1	รอบที่ 1	21
2	รอบที่ 2	21
3	รอบที่ 3	21
4	รอบที่ 4	21
5	รอบที่ 5	20
6	รอบที่ 6	21
7	รอบที่ 7	21
8	รอบที่ 8	21
9	รอบที่ 9	20
10	รอบที่ 10	21
11	รอบที่ 11	21
12	รอบที่ 12	21
	รวม	250

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการสุ่มผู้เรียนโยคะและเคยใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบกลับแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ประกอบด้วย

1.1 อายุ

1.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี

1.1.2 19 - 28 ปี

1.1.3 29 - 38 ปี

1.1.4 39 - 48 ปี

1.1.5 49 ปีขึ้นไป

1.2 สถานภาพการสมรส

1.2.1 โสด

1.2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.2.3 หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.3.2 ปริญญาตรี

1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา

1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง

1.4.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.4 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

1.4.5 รับจ้างทั่วไป

1.4.6 พ่อบ้าน / แม่บ้าน

1.4.7 ว่างงาน / ยังไม่ได้ทำงาน

1.4.8 อื่นๆโปรดระบุ.....

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.5.2 15,001 - 20,000 บาท

1.5.3 20,001 - 30,000 บาท

1.5.4 30,001 - 40,000 บาท

1.5.5 40,001 บาทขึ้นไป

2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

2.1 ผลิตภัณฑ์หลัก

2.2 รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์

2.3 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

2.4 ผลิตภัณฑ์ควบ

2.5 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ลักษณะประชากรศาสตร์** หมายถึง คุณสมบัติส่วนบุคคลของกลุ่มผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. **องค์ประกอบด้านของผลิตภัณฑ์** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้เรียนโยคะเกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณลักษณะและคุณภาพของการเรียนโยคะที่สามารถดึงดูดใจตลาด ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้ผู้เรียนโยคะ ประกอบด้วย

2.1 **ผลิตภัณฑ์หลัก** หมายถึง ระดับพื้นฐานหรือผลประโยชน์ที่แท้จริงของการฝึกเรียนโยคะ คือสิ่งที่ตอบสนองความต้องการอะไรจากการเรียนที่แท้จริง

2.2 **รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพหรือคุณลักษณะต่างๆ ที่ผู้เรียนสัมผัสหรือรับรู้ได้

2.3 **ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง** หมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะ และเงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้เรียนมักจะคาดหวังว่าจะได้รับการเรียนโยคะหรือสถานที่เรียนนั้น ซึ่งเป็นการนำเสนอสิ่งที่คาดหวังจะต้องคำนึงความพึงพอใจของผู้เรียนเป็นหลัก

2.4 **ผลิตภัณฑ์ควบ** หมายถึง เป็นส่วนเพิ่มนอกเหนือจากการคาดหวังปกติของผู้เรียน

2.5 **ศักยภาพผลิตภัณฑ์** หมายถึง การฝึกโยคะที่ประกอบด้วยคุณค่าส่วนเพิ่มที่เป็นไปได้ทั้งหมดรวมถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มคุณค่าต่างๆ ของการเรียนให้สูงขึ้นต่อไปในอนาคต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน

3. ความพึงพอใจโดยรวม หมายถึง เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้เรียนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้เรียนโยคะเข้าไปใช้บริการที่ ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะโยคะ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้เรียน ซึ่งความพึงพอใจจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ โดยเกิดจากสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการและทำให้เกิดการตอบสนอง

4. โยคะ หมายถึง ร่างกาย จิตใจและ ลมหายใจ การฝึกโยคะเป็นการรวมกายและใจเข้าด้วยกัน เหมือนกับการที่เรานั่งสมาธิให้ ต้องมีกายสงบแน่วแน่ และลมหายใจที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เกิดความสมดุลในร่างกายเรา เมื่อเรามีกายที่สมดุล มีจิตที่สงบนิ่งมั่นคง ก็จะช่วยยกระดับ จิตให้สูงขึ้นเต็มไปด้วยพลังแห่งการสร้างสรรค์ การฝึกโยคะนั้นเราจึงต้องมีสติกับกายที่รู้อยู่ตลอดเวลาจึงเกิดสมาธิผสานกับลมหายใจเข้าออกก่อให้เกิดเป็นสมาธิ เมื่อทำต่อไปเรื่อยๆ จะเกิดเป็นความสมดุลในร่างกาย เมื่อเราฝึกจนเกิดเป็นความสมดุลภายในร่างกาย และสมดุลระหว่างผู้อื่น หรือแม้แต่สมดุลกับสิ่งแวดล้อม จะเป็นผลดีกับเรานั้นคือโยคะจะ ช่วยพัฒนาจิตใจเราให้สูงขึ้น สามารถแยกแยะวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้และควบคุมจิตใจตัวเองได้

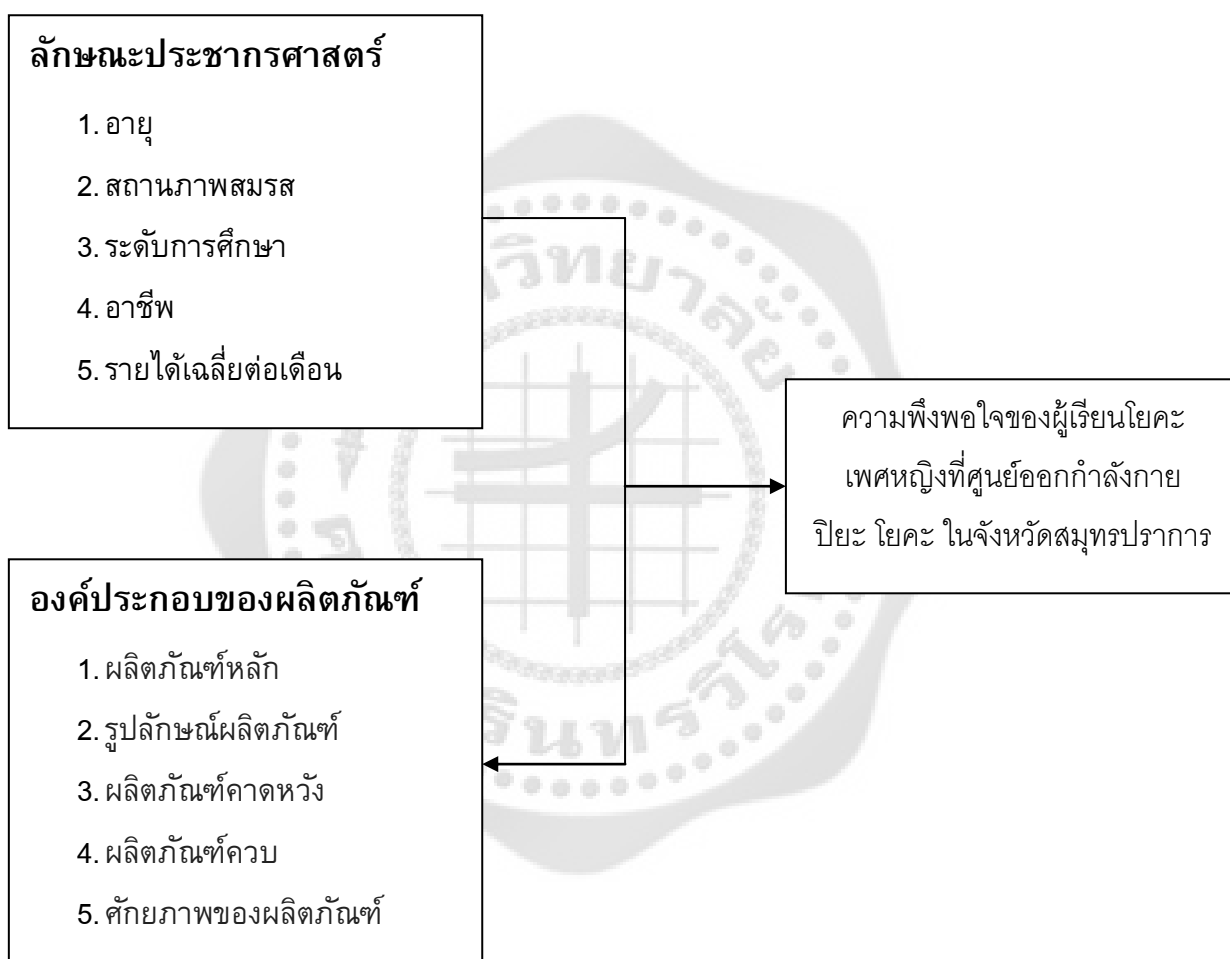


กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียน โยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัยดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานทางการวิจัย

1. ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
2. องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่อง องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางการวิจัย มีประเด็นการนำเสนอภายใต้หัวข้อหลักดังต่อไปนี้

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์
2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิด ทฤษฎีและองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพตามวิถีแห่งโยคะ
5. ประวัติความเป็นมาและความหมายเกี่ยวกับโยคะ
6. ประวัติความเป็นมาของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. 2521: 2)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ใช้บ่อยมากในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรที่สำคัญด้านประชากรศาสตร์มีดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2529: 312-315)

1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่าคุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่ต่างกัน ส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงต่างกัน เช่น การวิจัยการชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ส่วนเด็กวัยรุ่นหญิงสนใจ

ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มากที่สุด แต่ก็มียงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน

2. อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่อายุต่างกันให้เชื่อฟังหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าที่จะสอนให้เชื่อฟัง ให้เปลี่ยนทัศนคติและเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น การวิจัยโดย ซี เมเบิล (C. Maple) และไอ แอล เจนิส และดีร์ฟ (I.L. Janis; & Rife) ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคน จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ของข่าวสาร และสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกัน ก็ยังมีความต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุเป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง จะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคนการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538: 41)

คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน. 2533: 112)

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการจะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Will, Goldwater; & Yates. 1980: P87; อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน. 2533: 112) นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่อง ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อยเนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพล อย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

ดีเฟอล์ (พีระ จิระโสภณ. 2539: 645-646; อ้างอิงจาก DeFleur. 1996: unpagged) “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร” (Theories of Mass Communication) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันทีแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น DeFleur ได้สอนทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) โดยมีหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกซบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไขที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

การศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ คือ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

มาเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวเข้ามาใช้ในงานวิจัย เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดและใช้ในการออกแบบสอบถาม

2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

สฤตาตวง เรืองรุจิระ (2541: 109) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ องค์ประกอบหลายๆ อย่างที่รวมกันแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นหรือผลตอบแทนใดๆ ที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2537: 271) กล่าวว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) นักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะที่ดีพร้อม และเหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และไม่เป็นปัญหาในแง่ของการผลิตมากนัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 299) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของตลาด ในการวางแผนส่วนประสมการตลาดเริ่มต้นด้วยการกำหนดผลิตภัณฑ์ โดยถือเกณฑ์ว่าลูกค้าจะพิจารณาสิ่งที่นำเสนอ 3 ประการ คือ

1. รูปลักษณะ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
2. ส่วนประสมบริการ และคุณภาพบริการ
3. ความเหมาะสมของราคาโดยพิจารณาจากเกณฑ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

การที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายนั้น จะต้องเลือกผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนรูปร่าง ตรายี่ห้อ และสิ่งบรรจุให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดดำเนินไปได้สะดวกและง่ายขึ้น แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนประสมทางการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่นักการตลาดจะต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณาเป็นอันดับแรก เพราะจะเป็นตัวที่ลูกค้าให้ความสนใจมากกว่าส่วนผสมการตลาดตัวอื่นๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน
2. พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ เป็นต้น
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 15-25) กล่าวว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถจูงใจตลาดได้โดยถือเกณฑ์คุณสมบัติ 4 ประการ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติ กล่าวคือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการจูงใจตลาด ลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่วน ประสมบริการ และคุณภาพบริการ ในขณะเดียวกันการตั้งราคานั้นถือเกณฑ์คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Value-Based Prices) ซึ่งการกำหนดองค์ประกอบผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ความสามารถจูงใจของสิ่งที่นำเสนอต่อตลาด (Attractiveness of The Market Offering) ในประเด็นนี้ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง

2. รูปลักษณะ (Features) และคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ลักษณะผลิตภัณฑ์ จะต้องตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ตลอดจนมีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าดีกว่าคู่แข่ง เช่น ลิปสติกที่ผู้บริโภคใช้แล้ว สบายงาม และติดทนนาน

3. ส่วนประสมบริการและคุณภาพบริการ (Services Mix and Quality) ปัจจัยที่ให้บริการ สนับสนุนนอกจากคำนึงรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์แล้ว นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงว่าจะจัดบริการ เสริมอะไรให้กับลูกค้าได้บ้าง

4. ราคาซึ่งถือเกณฑ์คุณค่า (Value-Base Prices) ในการตั้งราคานี้จะต้องยึดถือคุณค่าการ รับรู้ผลิตภัณฑ์ (Perceived Value) เพราะเป็นสิ่งจำเป็นที่นักการตลาดจะต้องสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์

ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ (Product Level)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 16) กล่าวว่า ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ หมายถึง ลักษณะด้านต่างๆ 5 ประการของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ส่วนที่มีตัวตน (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีลักษณะอย่างน้อย 2 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก และรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

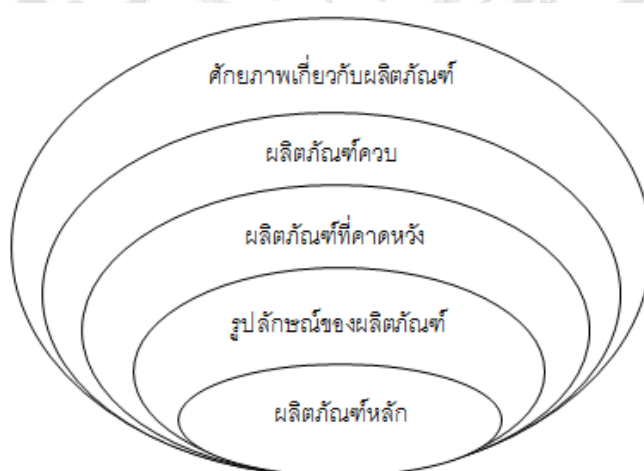
1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตเสนอขายให้กับผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นเรื่องของประโยชน์ใช้สอย การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การขายความปลอดภัย

2. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ส่วนที่มีตัวตน (Formal or Tangible Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัส หรือรับรู้ได้ เป็นส่วนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หลักทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ขึ้น หรือเชิญชวนให้ใช้มากขึ้นประกอบด้วย (1) ระดับคุณภาพ (2) รูปร่างลักษณะ (3) รูปแบบ (4) การบรรจุภัณฑ์ (5) ชื่อตราสินค้า (6) ลักษณะทางกายภาพอื่นๆ เช่น รูปลักษณ์ของโรงแรม

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) เป็นกลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า การเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's Satisfaction)

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อได้รับเพิ่มเติม นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ประกอบด้วย (1) การขนส่ง (2) การให้สินเชื่อ (3) การรับประกัน (4) การบริการหลังการขาย (5) การติดตั้ง (6) การให้บริการอื่นๆ

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาไปเพื่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต ผลิตภัณฑ์บางชนิดผู้บริโภคให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ยารักษาโรค หนังสือพิมพ์ ผลิตภัณฑ์บางชนิดผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องของรูปลักษณ์ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า



ภาพประกอบ 2 แสดงองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2546). การบริหารตลาดยุคใหม่. หน้า 395.

คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 18) คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึง มีรายละเอียดดังนี้

1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) เป็นการวัดการทำงาน และวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำ ผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ ถ้าสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจซื้อของผู้บริโภค สินค้าก็ขายไม่ได้ เช่น เตอบไมโครเวฟ ทำงานได้หลายอย่าง คือ ตั้งเวลาอบ ปิ้ง ต้ม ตุ่น ผัด เป็นต้น แต่ราคาสูงมากสินค้าก็ขายได้น้อย นักการตลาดต้องพิจารณาว่า สินค้าควรมีคุณภาพระดับใดบ้าง และต้นทุนเท่าใดจึงจะเป็นที่พอใจของผู้บริโภค รวมทั้งคุณภาพสินค้าต้องสม่ำเสมอ และมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับความเชื่อถือที่มีต่อตัวสินค้าทุกครั้งที่ซื้อ ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Control) อยู่เสมอ

2. ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical Characteristic of Goods) เป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่างลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3. ราคา (Price) เป็นจำนวนเงินที่บุคคลจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งแสดงเป็นมูลค่า (Value) ที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาดังกล่าวนี้จะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคด้วย การตัดสินใจตั้งราคาดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับปรัชญาหรือแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) การตัดสินใจด้านราคาไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นราคาสูงหรือราคาต่ำ แต่เป็นราคาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value) คือ ถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าสินค้ามีคุณค่าเราสามารถตั้งราคาสูงได้ และการปรับขึ้นราคาหรือลดราคาจะต้องพิจารณาถึงความอ่อนไหว ด้านราคาของผู้บริโภคด้วย

4. ชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่ง หรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2543: 19; อ้างอิงจาก Kotler. 2000) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บางชนิดนั้นขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่เจาะจงซื้อ เช่น กระเป๋าหลุยส์วิตตอง เสื้อเวอร์ซาเช่ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยหลักเหตุผลด้านจิตวิทยา ไม่ใช่เหตุผลทางด้านเศรษฐกิจหรือประโยชน์ที่ได้รับ เช่น ตัดสินใจซื้อเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นตัวชี้สถานภาพของผู้ใช้ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องมีการพัฒนาคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) กล่าวคือต้องมีการพัฒนาใช้เครื่องมือการตลาดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ หรือการสื่อสารต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ (Perceive Value) คุณค่าตราสินค้านั้นๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงเพื่อพัฒนาตราสินค้าให้มีคุณค่าต่อสินค้า

5. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์

เอ็ทเซล วอคเกอร์ และสแตนตัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2543: 20; อ้างอิงจาก Etzel, Walker; & Stanton. 1997; Marketing. P. G-10) บรรจุภัณฑ์เป็นตัวทำให้เกิดการรับรู้ คือ การมองเห็นสินค้า เมื่อลูกค้าเกิดการยอมรับในบรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจงใจให้เกิดความต้องการซื้อและเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องโดดเด่นโดยอาจแสดงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์สินค้านั้น เช่น มองแล้วรู้ว่าเป็นน้ำยาซักผ้า เป็นน้ำยาทำความสะอาดพื้น ซึ่งบรรจุภัณฑ์ควรแสดงตำแหน่งของสินค้าให้ชัดเจน คือบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความโดดเด่นในชั้นวาง

6. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบจึงมีความสำคัญมากสำหรับสินค้าต่าง ๆ เช่น รถยนต์ เฟอ์ริเจอร์ เสื้อผ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน ดังนั้นผู้ผลิตที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อออกแบบสินค้าให้ดึงดูดความสนใจ และให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้การออกแบบยังใช้เป็นเกณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน (Product Differentiation) โดยคำนึงถึงเหตุจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าทั้งด้านเหตุผลและด้านอารมณ์

7. การรับประกัน (Warranty) และการประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) มีความหมายต่างกันดังนี้

7.1 การรับประกัน หรือใบรับประกัน (Warranty) เป็นเอกสารซึ่งมีข้อความที่ระบุถึงการรับประกันสินค้าซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายจะชดเชยให้กับผู้ซื้อ เมื่อผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำงานภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ การรับประกันเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแข่งขันโดยเฉพาะสินค้าประเภทรถยนต์ เครื่องใช้ในบ้าน และเครื่องจักร เพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าของลูกค้า รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่น ฉะนั้นนักการตลาดจึงเสนอการรับประกันเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยคำพูดโดยทั่วไป การรับประกันจะระบุประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น คือ (1) การรับประกันต้องให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ว่า ผู้ซื้อจะร้องเรียนที่ไหน กับใครอย่างไร เมื่อสินค้ามีปัญหา (2) การรับประกันจะต้องให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าก่อนการซื้อ (3) การรับประกันจะต้องระบุเงื่อนไขการรับประกันทางด้านระยะเวลา ขอบเขตการรับผิดชอบและเงื่อนไขอื่นๆ

7.2 การรับประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) เป็นข้อความที่ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์สามารถทำงานได้เป็นที่พึงพอใจ หรือมีการประกันว่าถ้าสินค้าใช้ไม่ได้ผอมยคืนเงิน

8. สี (Color) สีของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งเชิญชวนและจูงใจให้เกิดการซื้อ เพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ด้านจิตวิทยา เครื่องมือทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นสถานบันเท่งต่างๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วยอย่างมาก หรือแม้กระทั่ง การโฆษณาส่งเสริมการขายต่างๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วยพั้งให้เกิด การรับรู้ (Perception) ทำให้โดดเด่น เป็นลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาของมนุษย์ที่ว่าสินค้าแต่ละชั้นจะมีการตัดสินใจ คือ สี

9. การให้บริการ (Servicing) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ขายหรือผู้ผลิต เช่น ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ให้บริการดีและถูกใจ ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะเรียกร้องบริการจากผู้ขายมากขึ้น เช่น การบริการสินเชื่อ บริการส่งของ บริการซ่อมแซม ในการผลิตสินค้าผู้ผลิตอาจให้บริการเองหรือผ่านคนกลาง โดยคำนึงถึงความสะดวกระหว่างต้นทุนและการควบคุมระดับความพอใจที่จะให้แก่ลูกค้า

10. วัตถุดิบ (Raw Material) หรือวัสดุที่ใช้การผลิต (Material) ผู้ผลิตมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิต เช่น ผ้า อาจจะใช้ผ้าไหม ผ้าฝ้าย โยสังเคราะห์ หรือเครื่องสำอางสามารถใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันได้ เป็นต้น ซึ่งในการตัดสินใจเรื่องนี้ ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าพอใจแบบใดตลอดจนต้องพิจารณาถึงต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบด้วย

11. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety) และการกระจายผลิตภัณฑ์ (Product Liability) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Safety) เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่ธุรกิจต้องเผชิญ และยังเป็นประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมทั้งธุรกิจและผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายเกิดภาระจากผลิตภัณฑ์ (Product Liability) ซึ่งเป็นสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการทำลาย หรือเป็นอันตรายสำหรับผู้ผลิตที่ต้องรับผิดชอบ ซึ่งในประเด็นนี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจต้องมีการรับประกัน (Product Warranty)

12. มาตรฐาน (Standard) เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ และมาตรฐานของเทคโนโลยีนั้น ผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาด เช่น เครื่องข่ายการส่งข้อมูล วิทยุ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และโทรทัศน์ จะต้องมีการออกแบบที่ได้มาตรฐาน มาตรฐานเหล่านี้มีการควบคุมโดยสมาคมผู้ประกอบการอาชีพและหน่วยงานรัฐบาลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

13. ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสามารถนำไปใช้ได้ดีในทางปฏิบัติโดยไม่เกิดปัญหาในการใช้

14. คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นลักษณะผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าต้นทุน (ราคาสินค้า) ที่ผู้บริโภคซื้อ

15. ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้ซื้อส่วนมากพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปของ สี กลิ่น รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ แบบ ลักษณะ และคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีสินค้าให้เลือกมากเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ดียิ่งขึ้น

ประเภทผลิตภัณฑ์ (สินค้า) บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2543: 51-57)

ผลิตภัณฑ์บริโภค [Consumer Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการซื้อไปเพื่อใช้สอย ส่วนบุคคลซึ่งถือเป็นการบริโภคขั้นสุดท้าย การจัดประเภทผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกได้ตามอุปนิสัยการซื้อ หรือพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ [Convenience Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยซื้อกะทันหันโดยใช้ความพยายามในการเลือกซื้อน้อย เช่น น้ำปลา สบู่ เป็นต้น สามารถจัดได้เป็น 3 ชนิด คือ

1.1 ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ [Staple Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นปกติในชีวิตประจำวัน ราคาไม่แพง มีการใช้บ่อย เช่น ยาสระผม แป้ง

1.2 ผลิตภัณฑ์ซื้อฉับพลัน [Impulse Goods (Product)] เป็นผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อที่ผู้ซื้อไม่ได้วางแผนการซื้อในแต่ละครั้ง แต่ซื้อเพราะได้รับแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อทันทีทันใด เป็นการซื้อแบบฉับพลันแบ่งออกได้ 4 ประเภท คือ

1.2.1 การซื้อฉับพลันโดยไม่ได้ตั้งใจ (Pure Impulse Buying) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคไม่ได้มีความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มาก่อนที่จะเห็นสินค้าเป็นการตัดสินใจจากแรงกระตุ้นจริงๆ เช่น จากการสาธิต ได้แก่ สบู่ที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม เป็นต้น

1.2.2 การซื้อฉับพลันที่เกิดจากการระลึกได้ (Reminder Impulse Buying) เป็นการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคขึ้นได้ในระหว่างเดินซื้อของ เมื่อเห็นผลิตภัณฑ์แล้วระลึกได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บ้านหมดพอดี หรือเมื่อพบผลิตภัณฑ์ทำให้ระลึกถึงการโฆษณาที่พูดถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์จึงต้องการทดลองใช้

1.2.3 การซื้อฉับพลันที่เกิดจากการเสนอแนะ (Suggestion Impulse Buying) ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะการเห็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง แล้วทำให้เกิดการต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อีกครั้ง เช่น เห็นแปรงสีฟันแล้วนึกถึงยาสีฟัน เห็นยาสระผมแล้วนึกถึงครีมหวดผม เป็นต้น

1.2.4 การซื้อฉับพลันที่กำหนดเงื่อนไขไว้ (Planned Impulse Buying) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีการวางแผนไว้ในใจ กล่าวคือ จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก็ต่อเมื่อมีของแถม หรือราคาถูกเป็นพิเศษ เช่น เดินในห้างสรรพสินค้าแล้วเจอผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อลดราคาก็จะตัดสินใจซื้อ

1.3 ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อในยามฉุกเฉิน [Emergency Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อที่ผู้ซื้อไม่ได้วางแผนการซื้อไว้ก่อนแต่ซื้อเพราะมีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์อย่างฉับพลัน ดังนั้นผู้ซื้อจะต้องตัดสินใจซื้อโดยไม่คำนึงถึงราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นการซื้อเพื่อแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า เช่น ผ่าอนามัย ยาแก้ปวดศีรษะ

2. ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ [Shopping Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อมักจะเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ได้แก่ ความเหมาะสม คุณภาพ ราคา และรูปแบบ แบ่งออกเป็น 2 พวก คือ

2.1 ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อที่เหมือนกัน [Homogeneous Shopping Products (Goods)] หมายถึง ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อที่ผู้บริโภคเห็นว่า มีลักษณะพื้นฐานทั่วไปเหมือนกัน การตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับราคาต่ำสุดของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ รองเท้านักเรียน เป็นต้น

2.2 ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อที่ต่างกัน [Heterogeneous Shopping Product (Goods)] หมายถึง ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อที่ผู้ซื้อเห็นว่า มีลักษณะต่างกันจึงต้องเปรียบเทียบด้านรูปแบบคุณภาพ ความเหมาะสมซึ่งลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญมากกว่าราคา เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เพอร์นิเจอร์ เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ [Specialty Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่ลูกค้าต้องการ และเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้น อีกทั้งลูกค้ามีความซื่อสัตย์ต่อตราของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับชื่อเสียงคุณภาพ และความภาคภูมิใจที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมากกว่าราคา เช่น เครื่องสำอางคลินิก กล้องถ่ายรูปนิคอน น้ำหอม ชาแนล เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ [Unsought Product (Goods)] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก หรือรู้จักแต่ไม่คิดจะซื้อ หรือไม่มีความจำเป็นต้องซื้อ มักเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น เครื่องปั่นอาหาร เครื่องกรองควันทบหรี่ หรือเป็นผลิตภัณฑ์เก่าที่ผู้บริโภครู้จักแต่ไม่เห็นความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น เช่น การประกันชีวิต

ตาราง 2 แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ (สินค้า) บริโภค

ลักษณะพฤติกรรม การซื้อ ของผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์บริโภคซื้อ [Consumer Product (Goods)]			
	สะดวกซื้อ (Convenience Goods)	เลือกซื้อ (Shopping Goods)	เจาะจงซื้อ (Specialty Goods)	ไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods)
1. เวลาและความพยายามใน การซื้อผลิตภัณฑ์ของ ผู้บริโภค	ใช้เวลาในการซื้อ น้อย ไม่ต้องใช้ ความพยายาม	ก่อนซื้อต้อง เปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์ด้าน คุณภาพ ราคา ต้องใช้เวลาและ ความพยายาม พอสมควร	ใช้ความพยายาม ในการซื้อมาก แต่จะใช้เวลา มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับ ระยะทางในการ ไปซื้อ	ผู้บริโภคไม่รู้จักร หรือรู้จักแต่ไม่ คิดจะซื้อ จึงไม่ เสียเวลาหรือใช้ ความพยายาม ในการซื้อ
2. เวลาที่ใช้ในการวางแผนซื้อ	น้อยมาก	ต้องใช้เวลา	ต้องใช้เวลา	ต้องใช้เวลา
3. ความสามารถในการตอบ แทนสนองความต้องการ	ทันทีทันใด	โดยทั่วไปใช้ เวลานาน	โดยทั่วไปใช้ เวลานาน	โดยทั่วไปใช้ เวลานาน
4. ความถี่ในการซื้อ	บ่อยมาก	นานๆ ครั้ง	นานๆ ครั้ง	นานๆ มาก
5. ความภักดีต่อตราสินค้า	ไม่มีเลย	มีบ้าง	มาก	ไม่มีแน่นอน

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2543). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. หน้า 57.

การศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ” จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์หมายถึง การพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถจูงใจตลาดได้และสามารถ สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องพยายามศึกษาเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งต้องกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการ ของตลาดได้ด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงแบ่งตัวแปรขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ตัวแปร คือ ผลิตภัณฑ์หลัก รูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ควบ และศักยภาพของ ผลิตภัณฑ์ มาเป็นตัวแปรในการศึกษาและเพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่ง ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่เรียนโยคะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ ดียิ่งขึ้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ได้มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายคน ทำการศึกษา และได้อธิบายแนวคิดและทฤษฎีในเรื่องความพึงพอใจไว้ คือ

เออร์เนส และอีลเจน (Ernest; & Ilgen. 1980: 360) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับ ผลสัมฤทธิ์และแรงจูงใจ (Intensive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

โทมัส และเอิร์ล (Thomas; & Earl. 1995: 88-89) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า การวัดความพึงพอใจ เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เป็นสิ่งที่บริษัท เชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความเข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริหาร ขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการ

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2537: 150-152) ได้นำเสนอปัจจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจต่อการบริการ ประกอบด้วย

- a. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ
- b. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ
- c. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

โดยความพึงพอใจเกิดจากตัวแปรทั้ง 3 ตัว มีปฏิสัมพันธ์ในเชิงภาพรวม และก่อรูปเป็นความรู้สึกสะท้อนออกมา โดยรายละเอียดของตัวแปรทั้ง 3 ด้านมีดังนี้

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ หมายถึง องค์ประกอบและโครงข่ายที่สัมพันธ์กันของ กิจกรรมบริการต่างๆ ตัวชีวิตสาเหตุด้านนี้ ได้แก่

1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการ จะดูความยากง่ายและความมากน้อยของ เงื่อนไขที่จะทำให้เกิดสิทธิในการรับบริการ หากมีเงื่อนไขน้อยและทำได้ง่ายโอกาสที่จะก่อให้เกิด ความพึงพอใจก็มีสูง

1.2 ความเพียงพอทั่วถึงของบริการที่ให้ จะพิจารณาจากปริมาณของการบริการที่ให้นั้น มีความครอบคลุมพื้นที่หรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง

1.3 การมีคุณค่าใช้สอยของบริการที่จะได้รับ จะพิจารณาผลลัพธ์ของการบริการ (Outcome of Service) ที่ถูกผลิตออกมาในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการนั้นๆ ว่ามีคุณค่าใช้สอย หรือประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ (Users) มากน้อยเพียงใด

1.4 ความคุ้มค่ายุติธรรมในราคาของระบบบริการที่ให้ หมายถึง ความรู้สึกเหมาะสม หรือไม่กับจำนวนค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ

1.5 ความก้าวหน้าและพัฒนาของระบบบริการที่ให้ เมื่อเทียบกับอดีตว่าดีขึ้นในเชิง ปริมาณและคุณภาพมากน้อยแค่ไหน

2. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งก็คือขั้นตอนต่างๆ ของการบริการที่ดี ต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มต้นของทางเดินของงาน (Initial Work Flow) จนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการเดินของงาน (Final Work Flow) ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ประกอบด้วย

- 2.1 ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ได้แก่ ความยากง่ายในการขอรับบริการ
 - 2.2 ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ ได้แก่ ความมากน้อยของจำนวนขั้นตอน และความรวดเร็วของการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ที่ประหยัดเวลา
 - 2.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของบริการที่ให้ ได้แก่ ความคงเส้นคงวาของบริการที่ให้ชนิดต่อเนื่องตลอดเวลา
 - 2.4 ความปลอดภัยของบริการที่ให้ ได้แก่ อันตรายที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ
3. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งก็คือ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่างๆ ตัวชี้วัดประกอบด้วย

- 3.1 ความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในงานบริการ
- 3.2 ความเสมอภาคและเสมอหน้าของบริการที่ให้ หมายถึง การให้บริการต่อผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ลำเอียงแบบเลือกที่รักมักที่ชัง
- 3.3 การมีบุคลิกภาพและมารยาทในการบริการ หมายถึง การแสดงออกต่อผู้รับบริการในลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใสหรือบึ้งตึง รวมทั้งการใช้คำพูดแบบสุภาพอ่อนโยนหรือกระด้างหยาบคาย เป็นต้น
- 3.4 ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจเชื่อใจได้ และตรงต่อหน้าที่ของการให้บริการ โดยไม่มีการเรียกร้องผลประโยชน์ใดๆ จากผู้รับบริการ

จากแนวความคิดทั้ง 3 ด้านนี้ จะเห็นได้ว่ามีความสำคัญในการศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการรับบริการนั้นๆ ด้วย

สุวัฒน์ ไบเจริญ (2540: 27) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ เมื่อบุคคลอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้นๆ

พอทเตอร์ และคณะ (ศิริพร สุประพาส. 2541: 12; อ้างอิงจาก Porter & Et Al. 1968) ได้หมายความว่า เป็นแนวความคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่งเป็นสภาวะรับรู้ภายใน ซึ่งเกิดจากความหวังไว้ ถ้าได้รับตามที่คาดหวัง ความพึงพอใจก็เกิดขึ้น ถ้าได้น้อยกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ

ศิริพร สุประพาส (2541: 13) ได้ทำการสรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

จะเห็นได้ว่า จากแนวคิดหรือทฤษฎีต่างๆ เหล่านี้ มนุษย์แทบทุกคนนั้นจะมีความรู้สึกว้าสิ่ง ที่ตนต้องการเมื่อเกิดความต้องการก็จะกระทำการที่จะทำให้ตนเองบรรลุเป้าหมาย เพื่อเป็นการ ตอบสนองในสิ่งที่ตัวเองต้องการหรือหวังไว้ ซึ่งเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว ก็เกิดความพึงพอใจขึ้นมา แต่มนุษย์มีความต้องการที่ไม่สิ้นสุดจึงทำให้มีความต้องการเกิดขึ้นมาเรื่อยๆ และก็ต้องการความ ต้องการไปเรื่อยๆ เช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ

พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2537: 659) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ชอบ, ไม่ชอบ, พึงใจ, สมใจ, จุใจ

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday; & Andersen. 1975: 4) ได้ให้ความหมายของความ พึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจาก ประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความ คาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

วรูม (Vroom. 1953: 328) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ทัศนคติและความ พึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถ interchangeable ได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วน ร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะ แสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540: 98) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของ ความพึงพอใจ หรือสภาวะการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ ของคนๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาได้พบปะระหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและ ไม่พอใจได้

อัมพร เจริญชัย (2536: 25) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่สนอง ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรืออาจเป็น สภาพของความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความสดชื่นพอใจ ตลอดจนสร้างทัศนคติในทางบวกต่อ บุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

มิลเลท (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540: 30-34; อ้างอิงจาก Millet. 1954: 397-400) ได้กล่าว เกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการ นั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยทำการวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service)
2. ความเสมอภาคและเสมอหน้า (Equality Service)
3. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service)
4. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service)
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งที่มากระทบในด้านบวก อาจจะเป็นเพราะได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการอย่างเต็มที่ โดยความรู้สึกดังกล่าวจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้นๆ ว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงใด

การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้รับบริการในมิติต่างๆ กันของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ อาจทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534: 39)

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอรับรองหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้ เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่อยู่ในหน่วยงานที่เข้าไปรับบริการ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความเชี่ยวชาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ เพื่อจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์ นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากได้รับบริการแล้ว เช่น การแสดงกิริยาต่างๆ การพูด สีหน้า และความพึงพอใจของการมาเข้ารับบริการ การวัดความพึงพอใจวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น สามารถที่จะกระทำได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

การศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ” จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งที่มากระทบในด้านบวก อาจจะเป็นเพราะได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการอย่างเต็มที่ โดยความรู้สึกดังกล่าวจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้นๆ ว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงใด ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเพื่อให้ทราบถึง ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่เรียนโยคะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น

4. แนวคิด ทฤษฎีและองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพตามวิถีแห่งโยคะ

1. ความหมายของโยคะ โยคะเป็นกลวิธีตามแนวคิดตะวันออก ในระบบปรัชญาเก่าแก่ของอินเดียที่นักปราชญ์คิดค้นเพื่อนำไปสู่ความพ้นทุกข์ วิธีการปฏิบัติของโยคะเป็นการพัฒนาทั้งร่างกายและจิตใจ โดยการฝึกร่างกายพร้อมกับควบคุมจิตใจไปพร้อม ๆ กัน ได้มีผู้ให้ความหมายและแนวคิดของโยคะไว้หลากหลาย ดังนี้

สถาบันโยคะวิชาการ (ม.ป.ป.) (2548) กล่าวว่าโยคะ หมายถึง ศาสตร์ที่ว่าด้วยการฝึกฝนตนเองอันมีรากฐานมาจากอินเดียโบราณ เป้าหมายของโยคะ คือ พัฒนามนุษย์ในทุกมิติ เช่น กาย จิต อารมณ์ บุคลิกภาพ ฯลฯ อย่างเป็นองค์รวม การสู่แก่นของโยคะนั้นประกอบด้วยเทคนิคอันหลากหลาย โดยลักษณะร่วมของเทคนิคโยคะทั้งหมดล้วนเป็นเรื่อง กาย-จิตสัมพันธ์ แม้แต่ละเทคนิคจะมีกระบวนการและช่องทางที่แตกต่างกัน แต่ทุกเทคนิคก็ล้วนสนับสนุนกันและกัน

ชัญญู มหาพรหม (2548) กล่าวว่า โยคะ หมายถึง การบริการกาย ลมหายใจ และการผ่อนคลาย อาสนะและปราณยามะ การบริหารกายแบบโยคะ เป็นการบริหารกายโดยการดัดตนในท่าต่าง ๆ จึงต้องปฏิบัติอย่างช้า ๆ ให้สัมพันธ์กับการหายใจต้องใช้สมาธิและความศรัทธาในการปฏิบัติ

สุนีย์ ยุวจิตติ (2549) กล่าวว่า โยคะ แปลว่า รวม คือ เป็นวิธีฝึกกาย จิต ให้เป็นหนึ่งเดียว หรือหมายถึง วิธีพัฒนากายและจิตให้ทำหน้าที่สัมพันธ์กันจนเกิดศักยภาพสูงสุด ก่อให้เกิดมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ

ที.เค.วี. เทสิกาจารย์ (T.K.V Desikachar. 1995) กล่าวถึงความหมายของโยคะ คือ มาด้วยกันหรือรวมกัน อีกความหมายหนึ่งคือ ผูกจิตใจไว้ด้วยกัน ความหมายทั้งสองเป็นการพูดในสิ่งเดียวกัน ในขณะที่ความหมายของมาด้วยกัน เป็นการแปลความหมายทางกายภาพของคำว่าโยคะ ส่วนการผูกจิตใจเข้าด้วยกัน คือ การชี้นำความคิดเราไปสู่บทเรียนโยคะก่อนลงมือปฏิบัติจริง เมื่อใดจิตใจมาอยู่ด้วยกันจนเกิดเป็นความตั้งใจเราพร้อมที่จะเคลื่อนไหวร่างกาย

แมรี เคย์ คริสสิกาส (Mary Kaye Chrysticas. 2007) กล่าวว่า โยคะ หมายถึง การรวมกันเป็นหนึ่ง คำว่า โยคะมาจากภาษาสันสกฤต หมายถึง การผูกมัดหรือการเชื่อมเข้าด้วยกันในการรวมกันนี้ จิตใจ ร่างกายและลมหายใจ จะเป็นหนึ่งเดียวกัน การรวมกันของทั้งสามสิ่งนี้ทำให้จิตใจสงบ ร่างกายแข็งแรง และมีจิตวิญญาณที่เบิกบาน

สรสิทธิ์ ไชยสิทธิ์ (2550) กล่าวว่า โยคะ เป็นการใช้ท่าและสมาธิ เพื่อให้ร่างกายและจิตเชื่อมถึงกัน หลักของโยคะจะอาศัยส่วนประกอบที่สำคัญ 4 อย่าง คือ การหายใจ (Breathing), ท่า (Pose), การผ่อนคลาย (Relaxation), และการทำสมาธิ (Meditation) โยคะหรือระเบียบการบริหารร่างกายแห่งโยคะไม่ใช่ศาสนา แต่เป็นหนทางหรือวิธีทางหนึ่งที่ไม่ว่าผู้ถือศาสนาใดก็สามารถนำไปปฏิบัติได้เพื่อความสูงส่งแห่งจิตใจของตน เพราะว่าหลักโยคะตั้งอยู่บนพื้นฐานของศีลธรรม ดังจะเห็นได้จากองค์ 8 ของโยคะ หรือที่เรียกว่า “อัสถางค์โยคะ” มีดังนี้

1. ยะมะ (Yama) คือ การละเว้นความชั่ว 5 ประการ ได้แก่

1.1 อหิงสา คือ ความไม่เบียดเบียน ไม่ฆ่าสัตว์ตัดชีวิตหรือทำให้ผู้อื่นได้รับความเจ็บปวดใดๆ

1.2 สัตยา คือ การพูดความจริง

1.3 อัศเตยะ คือ การไม่ลักขโมย

1.4 พรหมจรรย์ คือ การไม่ประพฤติดิตทางเพศ

1.5 อปริหะ คือ ความไม่โลภ

2. นิยมะ (Niyama) คือ การประพฤติความดี 5 ประการ ได้แก่

2.1 เสาจะ คือ ความบริสุทธิ์สะอาดทั้งร่างกายและจิตใจ โดยการบังคับใจไม่ให้ได้รับความไม่บริสุทธิ์ เช่น กามารมณ์

2.2 สันโดษ คือ ความยินดีในสิ่งที่ตนมีอยู่แล้ว

2.3 ตปะ คือ การบำเพ็ญเพียรเพื่อข่มกิเลส ตั้งจิตอยู่บนโลกธรรมแห่งความเป็นคู่ เช่น ลากกับเสื่อมลาก ยศกับเสื่อมยศ นินทากับสรรเสริญ สุขกับทุกข์

2.4 สวาธายะ คือ ความขวนขวายในการเรียนรู้

2.5 อิศวรูปินธาร คือ การตั้งทางจิตสู่พระเป็นเจ้า เป็นสิ่งที่โยคีถือว่าสูงสุด เปรียบได้กับพระรัตนตรัย ซึ่งเป็นสิ่งสูงสุดในศาสนาพุทธ

3. อาสนะ (Asana) คือ ท่าออกกำลังกายต่างๆ หรือทำดัดตนเพื่อให้ร่างกายสมบูรณ์และคงทนต่อการบำเพ็ญเพียรในขั้นต่อไป เพราะตามหลักของโยคะถือว่า กายกับจิตเป็นสิ่งที่หับกันอยู่ จะมีกายอีกอันหนึ่งกับใจอีกอันหนึ่งแยกกันไม่ได้ จิตใจจะสมบูรณ์ได้ต้องอาศัยร่างกายก่อนเป็นเรื่องสำคัญ อาสนะหรือการออกกำลังกายต่างๆ ตามหลักโยคะนั้น ไม่เหมือนกับการออกกำลังกายทั่วไป และผลที่เกิดจากการปฏิบัติไม่เหมือนกันด้วย เพราะว่าการออกกำลังกายตามธรรมดานั้นก่อให้เกิดความแข็งแรงของร่างกาย โดยไม่ใส่ใจเรื่องจิตใจ แต่การทำอาสนะหรือการออกกำลังกายตามแบบโยคะนั้นประสงค์ที่จะให้เกิดความแข็งแรงแก่ร่างกายและจิตใจเป็นสำคัญ

4. ปรานายามะ (Pranayama) คือ การควบคุมลมหายใจ หรือบังคับลมปราณ ผู้ปฏิบัติโยคะถือว่าขั้นนี้เป็นขั้นสำคัญที่สุดในการจะก้าวขึ้นสู่ขั้นสูงๆ ต่อไป

5. ปรัตยาหาระ (Pratyara) คือ การสำรวจจิต โดยตั้งจิตให้สงบและการควบคุมประสาทการรับรู้ทั้ง 5 ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส รสและกลิ่น

6. ชารณะ (Dharana) คือ การทำจิตให้มั่นคง แน่วแน้อยู่กับวัตถุที่ใช้ทำสมาธิ เช่น เฟ่งที่ลมหายใจ ปลายจมูก เฟ่งที่หน้าท้อง เฟ่งที่หว่างคิ้ว เฟ่งที่บริเวณหน้าอก

7. ธยานะ (Dhayana) หรือณาน (ความเพ่งเล็ง) ขั้นนี้เป็นขั้นทำลายความนึกคิดอันเป็นวัตถุให้สิ้นไปโดยเด็ดขาด

8. สมาธิ (Samathi) คือ ความคงที่ของจิต การรักษาสภาวะจิตที่ดี พิจารณาสภาวะความเป็นจริงอย่างแจ่มแจ้ง จิตเข้าสู่สมาธิอันแนบแน่นระดับฌาน ขั้นนี้นับเป็นขั้นสุดท้ายและสูงสุดของโยคะ

2. ประเภทของโยคะ แบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่

2.1 หะฐะโยคะ เป็นสาขาของโยคะที่ถือกายเป็นฐานแรกที่จะต้องบังคับควบคุม และทำให้บริสุทธิ์สะอาดเสียก่อน เพื่อสะดวกแก่การบังคับจิตใจขั้นสูงต่อไป เบื้องต้นของหะฐะโยคะ ได้แก่ ทำออกกำลังกายของโยคี หรือที่เรียกว่า “ฤาษีตัดตน” เป็นโยคะที่ได้รับการปฏิบัติอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

2.2 ลายะโยคะ ตามรูปศัพท์ หมายถึง พลังที่ซ่อนอยู่ เป็นการแสดงถึงความสำคัญของโยคะนี้ว่า มุ่งถึงการบังคับใจให้นิ่ง แล้วใช้ความนิ่งของใจนั้นปลุกพลังที่ซ่อนอยู่ภายใน ซึ่งเรียกตามภาษาโยคะว่า “กุณฑลีนี”

2.3 มาตรโยคะ โยคะสาขานี้ถือเป็นการทอมนต์เป็นสิ่งสำคัญ และถือเป็นทางไปสู่ความหลุดพ้น ส่วนมนต์ที่ต้องท่องนั้นต้องเป็นมนต์ที่ปรมาจารย์เป็นผู้ผูกขึ้นและถือว่ามีศักดิ์สิทธิ์ มนต์ที่สูงสุดแห่งมนต์ทั้งหลายคือ “โอม” ประกอบด้วยคำสามคำ คือ อะ อุ มะ บางตำราจะเรียกโยคะสาขานี้ว่า “จาปะโยคะ”

2.4 ภักติโยคะ เป็นโยคะที่ถือการบวสรวงเป็นหลัก เป็นสาขาของโยคะที่ปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายมากในอินเดีย และมักจะผสมผสานกับมนตร โยคะ เนื่องจากมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เป็นโยคะซึ่งเน้นความสำคัญไปที่ด้านจิตใจให้รู้จักการให้ การเสียสละ

2.5 กรรมโยคะ เป็นโยคะที่ถือการกระทำเป็นหลัก มีรากฐานมาจากเหตุผล คือ มีกรรมก็ต้องมีผลกรรมควบคู่กันไป จัดเป็นโยคะที่อิงความเชื่อทางศาสนามากที่สุด มีการเข้าฌาน การทำพิธีกรรม บวสรวง และสวดบูชาเทพเจ้า เป็นต้น

2.6 ญาณะโยคะ ญาณแปลว่า “ความรู้ ปัญญา ปรึกษาหยั่งรู้” เป็นโยคะที่เชื่อในเรื่องความจริง และเชื่อว่าความรู้ที่ได้จากการฝึกปฏิบัติโยคะอย่างมีสมาธิ จะช่วยให้ฝึกปฏิบัติแยกแยะระหว่างความจริงและการหลงผิดได้

2.7 ราชโยคะ เป็นโยคะที่เน้นการเข้าฌานเพื่อทำให้เกิดสมาธิ ซึ่งต้องการความสงบทั้งร่างกายและจิตใจ ข้อดีของการฝึกโยคะชนิดนี้ คือ ฝึกง่ายมีวิธีปฏิบัติที่แน่นอน ผู้ฝึกจะได้ความสงบทางจิตใจ ข้อเสีย คือ การฝึกจะต้องใช้เวลามากอาจจะทำให้ผู้ฝึกต้องแยกตัวเองออกจากสังคมและเป็นโยคะประเภทอื่นๆ

3. ประโยชน์ของโยคะ ประโยชน์ด้านการเสริมสร้างสุขภาพทางกาย

3.1 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบโครงร่าง อาสนะช่วยให้ทุกส่วนของร่างกายได้เคลื่อนไหว แขน ขา ข้อต่อทั่วร่างกาย แม้แต่กล้ามเนื้อยึด-หดสลับกันไป เป็นการพัฒนาโครงร่างโดยตรงให้รูปร่างสมส่วน สง่างาม ได้แก่ ท่าต้นไม้ ท่าไหว้พระอาทิตย์ ท่าสามเหลี่ยม ท่าอูฐที่ละช้า ท่าอูฐสองข้าง ท่าครึ่งงู ท่าเต็นร่า ท่าบริการข้อต่อหลัง ท่าบิดตัว ท่ามุกกตาสนะ 1 ท่ามุกกตาสนะ 2 ท่ามุกกตาสนะ 3

3.2 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบประสาท เมื่อฝึกโยคะหรืออาสนะ ฝึกหายใจหรือปราณยามะ และฝึกสมาธิ ส่งสมาธิไปตามศูนย์รวมตามตำแหน่งที่ตั้งในร่างกาย เมื่อฝึกอย่างถูกวิธีแล้ว

นอกจากจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ยังช่วยยกระดับจิตให้มีศักยภาพสูงหรือเกิดพลังจิตเพราะการฝึกกระตุ้นจักรทั้ง 7 เป็นการปลุกศูนย์รวมระบบประสาทและพลังชีวิต ทำที่มีประโยชน์ต่อศูนย์รวมระบบประสาท ได้แก่ ทำต้นไม้ ทำเด็ก ทำกระต่าย

3.3 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบการหายใจ การฝึกปรารถนมะ ช่วยเพิ่มปริมาณออกซิเจนในกระแสโลหิตไหลเวียนไปเลี้ยงทั่วร่างกาย ได้แก่ ทำการฝึกการหายใจ ทำไหว้พระอาทิตย์ ทำศพอาสนะ ฯลฯ

3.4 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบการย่อยอาหาร การที่จะช่วยอวัยวะเหล่านี้ให้แข็งแรง โดยวิธีการนวดตามธรรมชาติอยู่ตลอดเวลาตามจังหวะการหายใจ เมื่อหายใจเข้าท้องพองกล้านเนื้อหน้าท้องจะขยายตัวและกล้านเนื้อกระบังลมหย่อนลงมาในช่องท้อง เมื่อหายใจออกกล้านเนื้อหน้าท้องจะบีบตัวหรือหดตัว ช่วยดันอวัยวะในช่องท้องขึ้นลงตามจังหวะการหายใจ เมื่อฝึกอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จะช่วยระบบการย่อยอาหาร การดูดซึมสารอาหารเข้าไปในกระแสโลหิตไปหล่อเลี้ยงทุกอวัยวะในร่างกายให้สมบูรณ์ ทำที่มีประโยชน์ต่อระบบการย่อยอาหาร ได้แก่ ทำหนู งอเข้าที่ละข้าง งอเข้าสองข้าง

3.5 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบการขับถ่าย ถ้ามีการฝึกสม่ำเสมอและต่อเนื่องจะช่วยให้อวัยวะที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องแข็งแรง ทำหน้าที่ดี จะช่วยขับของเสียออกจากร่างกายจนหมดไม่ตกค้างทำให้เกิดพิษ ทำที่มีประโยชน์ต่อระบบขับถ่าย ได้แก่ ทำงูเห่า ทำตักแตนเดี่ยวที่ละข้าง ทำตักแตนคู่ งอเข้าที่ละข้าง งอเข้าสองข้าง

3.6 ประโยชน์ของโยคะต่อระบบต่อมไร้ท่อ (ฮอร์โมน) เมื่อได้ฝึกทำเหล่านี้สม่ำเสมอและต่อเนื่องจะช่วยให้ต่อมพิทูอิทารี ซึ่งเป็นแม่ของต่อมไร้ท่อสมบูรณ์ สามารถควบคุมการทำงานของต่อมไร้ท่ออื่นๆ ได้อย่างดีเยี่ยม และยังช่วยพัฒนาโครงสร้างของวัยรุ่นให้รูปร่างสูงโปร่งสวยงาม การหลังของฮอร์โมนสมดุล ป้องกันเบาหวานเป็นที่เชื่อได้ว่า เมื่อระบบฮอร์โมนสมบูรณ์เป็นประโยชน์ต่อระบบสืบพันธุ์ไปด้วย ทำโยคะที่กล่าวมายังช่วยให้อวัยวะสืบพันธุ์ของเพศชายและเพศหญิงแข็งแรง มีประจำเดือนมาปกติ ไม่ปวดท้องเมื่อมีรอบเดือน เพศชายระบบสืบพันธุ์ปกติไม่เสื่อมสมรรถภาพทางเพศ และเมื่ออยู่ในวัยครองเรือนสามารถมีบุตร ธิดา เป็นครอบครัวที่สมบูรณ์ ทำที่มีผลต่อระบบต่อมไร้ท่อ ได้แก่ ทำเด็ก ทำกระต่าย ทำหนู ทำงูเห่า

3.7 ประโยชน์ด้านการเสริมสร้างสุขภาพจิต วิชาโยคะได้แบ่งระดับจิตไว้เป็น 3 ระดับ

3.7.1 จิตในระดับล่างหรือหยาบ (The Lower Mind) จิตระดับนี้มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ของร่างกาย เป็นขอบเขตของจิตที่รับรู้โดยสัญชาตญาณ ส่วนนี้ของจิตยังมีความสับสน ความกลัว ความไม่กล้า และความหลงใหล ใฝ่ฝัน ให้ปรากฏออกมา (จิตรับรู้เพียงผิวเผิน)

3.7.2 จิตระดับปานกลาง (The Middle Mind) จิตอยู่ในระดับที่รับรู้ข้อมูลและส่วนนี้ของจิตสามารถวิเคราะห์ แยกแยะ หรือเปรียบเทียบอย่างมีเหตุผล และสรุปออกมาได้ชัดเจนในข้อมูลที่ได้รับ จิตอยู่ในขอบเขตที่มีสติหรือมีความคิดที่เข้าใจเหตุผล ที่เรียกว่า (Intellectual Thinking) รู้เหตุผล

3.7.3 จิตในระดับที่มีสติดีเป็นเลิศ หรือความฉลาดล้ำลึก (The Higher Mind) จิตที่อยู่ในขอบเขตที่มีอำนาจความนึกคิดสูงส่ง มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นบ่อเกิดของความรู้ ความเฉลียวฉลาด ปัญหาหลักแหลม จิตระดับนี้สามารถคิดสร้างสรรค์หรือประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ให้ปรากฏเหมือนได้รับพลังเหนือธรรมชาติมาเกื้อหนุน

เมื่อเราทราบวาทธรรมชาติของจิตมี 3 ระดับแล้ว เราต้องหาวิธีฝึกจิตให้พัฒนาไปตามขั้นตอนนี้ คือ ฝึกตั้งแต่ระดับหยาบที่รับรู้แต่เพียงผิวเผิน ให้พัฒนาผ่านขึ้นไปในระดับปานกลาง หรือรู้เหตุผลขึ้นไปจนกระทั่งระดับจิตมีสติเป็นเลิศ หรือเข้าขอบเขต จิตมีความคิดสร้างสรรค์

ในตำราโยคะแนะนำวิธีฝึกไว้ 2 แบบ ที่เรียกว่าฝึกสมาธิขณะปฏิบัติหน้าที่ (Active Meditation) และวิธีตั้งใจฝึกสมาธิแบบเข้มข้น (Passive Meditation)

แบบที่ 1 ฝึกสมาธิขณะปฏิบัติหน้าที่ (Active Meditation) คือ ไม่ว่าจะทำอะไรมีใจจดจ่ออยู่กับสิ่งนั้น เมื่อท่านเดิน พูด รับประทานอาหาร หรือท่านมีอาชีพอะไรก็ตามเช่น นักดนตรี จิตรกร นักปั้น นักเขียน ขอให้มีสติอยู่ในขณะปฏิบัติงานอย่างแน่วแน่ เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถพัฒนาจิตของแบบที่เรียกว่า ฝึกสมาธิขณะปฏิบัติหน้าที่

จะเห็นได้ว่าทำโยคะทั้งหมดในขณะที่เราเคลื่อนไหวท่าของแต่ละขั้นตอน หะฐะโยคะ สอนให้เราใช้การหายใจคุมท่า เป็นการช่วยให้เรามีสติอยู่กับการปฏิบัติตลอดเวลา เป็นอุบายให้เราฝึกทั้งกายและจิต ผลคือการมีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่สมบูรณ์

แบบที่ 2 วิธีตั้งใจฝึกสมาธิแบบเข้มข้น (Passive Meditation) จำเป็นต้องเลือกทำหนึ่งที่หลังตรง ต้องเป็นท่าที่ผ่อนคลายสบาย ไม่ฝืน เช่น ท่านั่งดอกบัว หรือท่าปทุมอาสนะ หรือนั่งในท่าคุกเข่านั่งบนเก้าอี้ที่เรียกว่านั่งแบบอียิปต์ก็ได้ ส่งสมาธิที่หน้าท้องหายใจเข้าท้องพอง หายใจออกท้องแฟบ ในขณะที่อาจมีความคิดเข้ามามากมาย ปลอยให้ผ่านไปไม่ต้องไปวิเคราะห์หรือยึดติดกับสิ่งเหล่านั้น เราจะใช้คำมนตรานำสมาธิก็ได้ เช่น คำว่า โอม เป็นคำสากล หรือจะใช้ “พุท” ขณะหายใจเข้า “โธ” หายใจออก การฝึกสมาธิทั้ง 2 แบบจะช่วยให้จิตผ่านระดับล่างไปอย่างง่ายดาย เข้าขอบเขตจิตระดับปานกลางรู้จักวิเคราะห์ และต่อไปจิตยกระดับเข้าขอบเขตที่มีความรู้สึกตัวสูงหรือมีสติดีเป็นเลิศ

จะเห็นได้ว่าการฝึกทำโยคะหรืออาสนะ เราได้ฝึกจิตขณะปฏิบัติหน้าที่และสละเวลาวันละ 25-30 นาที ฝึกจิตหรือสมาธิแบบนั่งตั้งใจฝึก ผลที่ได้รับคือ เสริมสร้างสุขภาพจิตที่สมบูรณ์ได้

4. จุดประสงค์ของการฝึกโยคะโดยรวม คือ

- 4.1 เพื่อให้ร่างกายและกล้ามเนื้อแข็งแรง
- 4.2 เพื่อให้ร่างกายอ่อนช้อย ยืดความเป็นหนุ่มสาว กระชุ่มกระชวยนานที่สุด
- 4.3 เพื่อให้ร่างกายมีความต้านทานต่อโรคภัย ไข้เจ็บเป็นอย่างดีที่สุดถึงขนาดบำบัดโรคภัยให้หายไป หรือบรรเทาเบาบางลง
- 4.4 เมื่อร่างกายเกิดโรคภัยไข้เจ็บขึ้นแล้ว โยคะช่วยบำบัดให้หายได้ และช่วยให้ชีวิตยืนยาวออกไป
- 4.5 เพื่อให้เกิดสุขภาพจิตที่ดี ให้จิตเป็นอิสระจากความหวาดกลัวและมีการยับยั้งชั่งใจ

5. ข้อปฏิบัติทั่วไปก่อน และหลังการฝึกโยคะ

5.1 ในระยะเริ่มต้น ควรฝึกกับครูผู้เชี่ยวชาญด้านโยคะโดยตรง หรือเรียนจากสื่อการสอน หรือคู่มือที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับการถ่ายทอดอย่างถูกต้อง

5.2 ควรฝึกโยคะในขณะที่ท้องว่าง เช่น ก่อนรับประทานอาหาร มือเช้า และมือเย็น หรือหลังจากรับประทานอาหารแล้วอย่างน้อย 2 ชั่วโมง

5.3 สถานที่ฝึกสงบ อากาศถ่ายเทสะดวก ปราศจากเสียงรบกวน เพื่อให้เกิดสมาธิได้ดี

5.4 ควรฝึกไปที่ละขั้นตอนจากท่าง่ายไปก่อน จนเกิดความชำนาญ และฝึกท่าที่ยากตามลำดับ โดยไม่ฝืนหรือหักโหม

5.5 อ่านและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการหายใจจากคู่มือ หรือจากสื่อให้ถูกต้อง จำช่วยให้ได้ผลและร่างกายยืดหยุ่น อ่อนช้อยเร็วขึ้น

5.6 ดื่มน้ำสะอาดวันละ 6-8 แก้ว

5.7 งดดื่มของมีแอลกอฮอล์

5.8 ไม่สูบบุหรี่

5.9 ไม่ควรนอนดึกจนเกินไป

5.10 ในระหว่างการทำอาสนะ ต้องมีสมาธิควบคุมลมหายใจให้ถูกต้องไปตามการเคลื่อนไหวของท่า

6. ข้อควรปฏิบัติในการฝึกโยคะ

6.1 อย่าบริหารร่างกายด้วยการทำอาสนะบนที่นอน หรือเบาะที่อ่อนจนเกินไป ควรใช้ผ้าห่มหนาๆ ฝืนเดี๋ยวยับข้อกัน หรือใช้เสื่อเป็นอาสนะในการฝึก

6.2 อย่าหายใจเข้าทางปากเวลาการทำอาสนะ ให้หายใจเข้าทางจมูกเท่านั้น

6.3 ฝึกอาสนะตามที่สามารถทำได้ก่อน เมื่อได้แล้วจึงค่อยพยายามทำท่าอื่นต่อไปอีก โดยทำอย่างช้าๆ อย่าหักโหมมากเกินไป

6.4 ทำอาสนะใดที่ทำไม่ได้ทุกขั้นตอน ให้ยืดหยุ่นและดัดแปลงเองตามสะดวก เช่น ถ้าก้มเอามือแตะเท้าไม่ได้ ใช้มือแตะเข่าแทนได้

6.5 ให้ทำท่าพักผ่อนในระหว่างอาสนะ เมื่อรู้สึกเหนื่อยอย่างน้อย 1 นาที

6.6 หากเกิดความพอใจในอาสนะใดอาสนะหนึ่งโดยเฉพาะ ให้ทำท่านั้นให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่อย่าให้นานเกิน 15 นาที เพราะอาจเกิดอันตรายได้

6.7 หากเกิดความรู้สึกเจ็บที่ขาและแขนภายหลังเมื่อทำอาสนะแล้ว หรือระหว่างทำอาสนะ ให้ใช้น้ำอุ่นประคบหรือนวดเบาๆ และพักผ่อนสัก 1-2 นาที แล้วทำต่อไป

6.8 ควรขับถ่ายปัสสาวะ หรืออุจจาระ ก่อนลงมือทำอาสนะทุกครั้ง

6.9 ควรสวมเสื้อ และกางเกงยืดที่เบาสบาย เพื่อสะดวกต่อการเคลื่อนไหวในขณะที่ทำอาสนะ

6.10 ไม่ควรสวมแว่นตา นาฬิกา และเครื่องประดับใดๆ ในขณะที่ทำอาสนะเพราะทำให้ไม่คล่องตัว

6.11 สำรวมใจของตนเองให้อยู่กับการทำอาสนะ อย่าให้จิตใจไขว่ไขวไปทางอื่น

6.12 พยายามฝึกอาสนะอย่างต่อเนื่อง และทำด้วยความสม่ำเสมอจึงเกิดประโยชน์ตามที่ได้อกล่าวไว้

6.13 งดพูดคุย หรือเล่นกันในระหว่างทำอาสนะ

6.14 อย่าออกกำลังกายประเภทอื่นอย่างหนักมาก่อนฝึกอาสนะ หรือหลังออกกำลังกายอื่นๆ มาแล้วนั้น ก่อนจะทำอาสนะควรเว้นช่วงห่างอย่างน้อย 30 นาที

6.15 ในเพศหญิงช่วงที่มีประจำเดือนควรงดทำอาสนะ เพราะอาจจะกระทบกระเทือนต่ออวัยวะของระบบสืบพันธุ์ ทำให้เลือดออกมามากขึ้น

6.16 หลังจากเลิกทำอาสนะแล้วพักในท่าศพอาสนะอย่างน้อย 10-15 นาที เพื่อเป็นการเก็บพลังงานที่ได้จากการทำอาสนะ ไม่ควรจะให้กล้ามเนื้อใช้ไปเสียจนหมด แต่ควรให้อวัยวะภายในกับประสาทได้ใช้ และอาจดื่มนมสดหนึ่งแก้วจะเป็นการดี

ปรารถนาระยะ ตามหลักวิทยาศาสตร์ หมายถึง การควบคุมลมหายใจซึ่งจะเริ่มต้นด้วยการควบคุมกระบังลมอย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นประการแรก และควบคุมกล้ามเนื้อที่เกี่ยวข้องกับการหายใจที่ติดอยู่กับทรวงอก และไหล่เป็นประการถัดมา นอกจากนี้ ปอดจะถูกขยายออกให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อดูดซับเอาปริมาณของปรารถน ซึ่งเป็นพลังแห่งชีวิตไว้ให้มากที่สุดจากอากาศที่เราหายใจเข้าไปนั้น โดยการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ให้ร่างกายอยู่ในแนวตรง เพื่อให้ทรวงอกสามารถขยายตัวได้อย่างเต็มที่
2. หายใจเข้าโดยที่ครั้งแรกให้ใช้กระบังลม หายใจเข้าท้องพอง และหายใจออกท้องแฟบ หลังจากนั้นให้ขยายซี่โครงออกทั้งสองด้านล่าง กลาง และบน ด้วยความช่วยเหลือของกล้ามเนื้อบริเวณซี่โครง และกล้ามเนื้อไหล่

3. หายใจออกอย่างช้าๆ โดยใช้กระบังลมเป็นส่วนใหญ่ในลักษณะกลับทางกันกับข้อ 2 กล่าวคือ การใช้กระบังลมเป็นตัวบีบหรือตัวบีบ ผลักดันลมออกมานั่นเอง เป็นเพราะการหายใจแบบนี้มีการเคลื่อนตัว

4. ให้มีลีลา และจังหวะการหายใจสม่ำเสมอโดยตลอด

5. ให้มีการหยุดพักการระบายอากาศอย่างสม่ำเสมอ หลังจากหายใจออกแล้วคือ หยุดชั่วขณะก่อนที่จะเริ่มหายใจเข้าอีกครั้ง

การหายใจอย่างลึกๆ และช้าๆ จะทำให้กระแสโลหิตได้รับออกซิเจนมากขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อร่างกายเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ (เทคคาร์ท เดชคง. 2544) กล่าวถึงการหายใจระดับลึก ยังเกิดในสภาวะผ่อนคลาย เป็นการพักร่างกายและจิตใจในตัว ทั้งนี้เป็นเพราะการหายใจแบบนี้มีการเคลื่อนตัวของกระบังลมลงต่ำ จึงทำให้ท้องถูกดันพองออกมากการขยายตัวของกระบังลมแบบนี้ กระตุ้นเส้นประสาททวารกัส (Vagus nerve) อันเป็นเส้นประสาทผ่อนคลาย (Parasympathetic) ซึ่งมีผลต่อสรีรวิทยา คือ หัวใจเต้นช้าลง ความดันเลือดลดลง หลอดเลือดฝอยส่วนปลาย

(Microcirculation) คลายตัวลง การไหลเวียนเลือดดีขึ้น และเมื่อผ่อนคลายมากขึ้นเป็นลำดับ จิตใจที่เข้าภวังค์ ซึ่งอาจเป็นการหลับหรือภวังค์ตื่นก็ได้ กรณีการเข้าภวังค์โดยรู้ตัวก็จะรู้สึกผ่อนคลาย สงบ เป็นสุข คล้ายกับการฝึกสมาธินั่นเอง

การหายใจยาวสั้นนั้นมีผลต่างกัน สัตว์ที่หายใจยาวจะมีอายุยืนมากกว่าสัตว์ที่หายใจสั้น เช่น ช้าง เต่า งู เป็นต้น ส่วนสัตว์ที่หายใจสั้นอายุจะสั้น เช่น หมู หมา กา ไก่ เป็นต้น คนเราเวลาเหนื่อยจะหายใจสั้น บางครั้งหายใจออกทางจมูกไม่ทันต้องหายใจทางปาก คนอยู่ในอารมณ์โกรธ ตกใจกลัว วิดตกังวล เครียด ปวยไสไม่สบาย ไกล่ตาย ล้วนหายใจสั้นทั้งสิ้นเพราะฉะนั้นจึงมีคำกล่าว ว่า หากใครต้องการอายุยืนต้องพยายามฝึกหายใจยาวไว้ หรือฝึกปราณยามะ (เดินลมปราณ) ตามแบบโยคะ โยคะมีการหายใจหลายแบบ แต่ล้วนหายใจเข้าทางจมูกทั้งนั้น ห้ามหายใจเข้าทางปากเป็นอันขาด แต่ให้หายใจออกทางปากได้ เมื่อมีการหายใจอย่างถูกวิธีแบบโยคะแล้ว จะมีผลทางการป้องกันและบำบัดโดยธรรมชาติ

โดยสรุปแล้ว ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดการสร้างเสริมสุขภาพตามวิถีแห่งโยคะมาใช้เพื่อพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจให้กับผู้เรียนจนเกิดศักยภาพสูงสุด โดยใช้การกำหนดท่าทางที่ไม่เป็นการฝืนร่างกายมากเกินไป สามารถดัดแปลงท่าทางต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพื่อป้องกันการบาดเจ็บขณะทำการฝึก พร้อมกับการกำหนดลมหายใจเข้า-ออกอย่างถูกวิธี เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบต่างๆ ของร่างกายและจิตใจ หลักของโยคะจะอาศัยส่วนประกอบที่สำคัญ 4 อย่าง คือ การหายใจ (Breathing), ท่า (Pose), การผ่อนคลาย (Relaxation), และการทำสมาธิ (Meditation) โยคะหรือระเบียบการบริการแห่งโยคะไม่ใช่ศาสนา แต่เป็นหนทางหรือวิถีทางหนึ่งที่ไม่ว่าผู้ถือศาสนาใดก็สามารถนำไปปฏิบัติได้

5. ประวัติความเป็นมาและความหมายเกี่ยวกับโยคะ

ทองหล่อ วงษ์ธรรม (2535) กล่าวว่า ปรัชญาโยคะเกิดขึ้นในประเทศอินเดีย แต่ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าเกิดขึ้นเมื่อใด ใครเป็นคนก่อตั้งเป็นคนแรก สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นพวกโยคีพากันคิดค้นปรัชญาโยคะขึ้น แล้วทำการสั่งสอนคนมาหลายยุคหลายสมัยจนกลายมาเป็นลัทธิโยคะ โดยเชื่อกันว่าลัทธิโยคะนี้มีมาก่อนพุทธกาล และมีปัทมขลิเป็นผู้รวบรวมปรัชญาโยคะเป็นสูตรเรียกว่า “โยคะสูตร” ปัทมขลิมีชีวิตอยู่ในระยะเวลาใดนั้นไม่มีหลักฐานแน่ชัด บ้างว่าปัทมขลีน่าจะมีชีวิตอยู่ราว 200 ปีก่อนคริสตศักราช บ้างว่าราวคริสตศักราช 400 ปี

ธรรมบุญ ดวงใจ (2541) อธิบายว่า จุดมุ่งหมายสูงสุดของคำสอนในลัทธิโยคะคือ การมุ่งปฏิบัติสมาธิเพื่อบรรลุความหลุดพ้นจากทุกข์ โดยมีจุดเด่นที่ระบบการฝึกกายและจิตเป็นพิเศษในการบรรลุโมกษะ การเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับพระเจ้าหรือวิญญาณสูงสุด ซึ่งเป็นหลักธรรมสูงสุดในศาสนาฮินดูในเวลาต่อมา ระบบที่ว่านี้ ก็คือ การฝึกโยคะนั่นเอง

ความรู้เรื่องโยคะได้สืบทอดกันมาปากต่อปากจากครูถึงศิษย์ ทำให้มีความแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมหรือขนบธรรมเนียมของผู้รับ แต่โยคะที่เป็นหลักของการศึกษาโดยมากในปัจจุบันมีรากฐานมาจาก คัมภีร์ของท่านปตัญจลีสี่ที่เรียกว่า โยคะสูตร ดังที่กล่าวมาข้างต้น

โยคะบริหารกายและใจ (2540) โยคะ แบ่งออกเป็น 8 ระดับด้วยกัน โดยใน 2 ระดับแรกมีคำแนะนำเพื่อที่จะใช้ชีวิตอยู่อย่างมีความสุข ระดับที่ 3 จะสอนเรื่องอาสนะหรือการออกกำลังกายซึ่งจะมีวิธีการเคลื่อนไหวอย่างง่าย ๆ ไปจนถึงท่าที่ต้องใช้ความอ่อนไหวและพลังมาก โยคะระดับที่ 4 จะสอนเรื่องการควบคุมการหายใจส่วนอีกสามระดับต่อไปมีการฝึกกำลังจิต ซึ่งฝึกจิตให้เข้าสู่สมาธิ และในระดับที่ 8 ระดับสุดท้ายจะเน้นหนักไปในด้านศาสนาอย่างลึกซึ้ง สอนให้เข้าใจลัทธิจิตวิญญาณซึ่งเชื่อว่าอยู่ในตนเองและรอบ ๆ ตัว

สุนีย์ ยุวจิตติ (2531) กล่าวว่า การฝึกโยคะ มีหลายวิธีทางแตกต่างกันไปตามหลักปฏิบัติ ซึ่งมีการมุ่งเน้นที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ ทำให้สามารถจำแนกสาขาของโยคะได้เป็น 7 สาขา ดังนี้

1. หะฐะโยคะ เน้นที่การฝึกร่างกายเป็นพื้นฐานเบื้องต้นเพื่อให้เกิดพลังจิต
2. ลายะโยคะ มุ่งเน้นการบังคับจิตใจให้มั่นคง
3. มนตรโยคะ เน้นการรวบรวมและพัฒนาของจิตใจโดยวิธีการสวดมนต์ภาวนา
4. ภาติโยคะ เน้นการบำบวสรวงและวิธีการสวดมนต์ภาวนาร่วมด้วย
5. กรรมโยคะ เน้นถึงการกระทำเป็นหลักและผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้น
6. ญาณะโยคะ เน้นถึงการแสวงหาความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้เกิดปัญญา
7. ราชโยคะ เน้นถึงการฝึกจิต เพื่อแสวงหาความรู้ ความเข้าใจ จากการกระทำ

นอกจากนี้ยังมีบางตำราที่ได้จำแนกสาขาของโยคะไว้มากถึง 9 สาขา โดย ฮีวิตต์ (วสิ ศรีขลาคม. 2547; อ้างอิงจาก Hewitt. 1991) ได้จำแนกสาขาของโยคะเพิ่มเติม ในส่วนของยন্ত্রะโยคะ (เน้นภาพและรูปลักษณ์) และตันตระโยคะ (เน้นเรื่องแรงขับ) ซึ่งจะเห็นว่าสาขาของโยคะที่เกี่ยวกับการฝึกบริหารทางกายและจิตใจนั้น จะเกี่ยวข้องกับหะฐะโยคะและราชะโยคะมากที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาการฝึกออกกำลังกายแบบหะฐะโยคะ เพราะถือว่าการบริหารกายที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือใดๆ และยังสามารถปฏิบัติได้แม้อยู่ในบริเวณที่คับแคบ การฝึกออกกำลังกายแบบหะฐะโยคะเป็นการปฏิบัติทางร่างกายซึ่งสามารถควบคุมจิตใจให้มั่นคงได้ ด้วยเหตุนี้ก็จะทำให้เกิดมีอำนาจจิตขึ้น ซึ่งก็เป็นอำนาจจิตที่เกี่ยวข้องอยู่กับร่างกายอันเป็นผลทำให้เกิดสมาธิ

จุดเด่นของการออกกำลังกายแบบหะฐะโยคะ คือ การปฏิบัติอาสนะต่างๆ ซึ่งอาสนะ คือ ท่าออกกำลังกายต่างๆ หรือท่าตดตน เพื่อให้ร่างกายสมบูรณ์และเป็นการกระตุ้นให้กล้ามเนื้อแข็งแรงมากขึ้นเป็นผลทำให้อวัยวะภายในมีสุขภาพดีและมีประสิทธิภาพ เช่น หัวใจ ปอด ต่อมต่างๆ และระบบประสาท เป็นต้น

ความหมายของ โยคะ และ หะฐะโยคะ

สุนีย์ ยุวจิตติ (2531) กล่าวว่า โยคะมาจากศัพท์คำว่า ยูธิร หรือ ยูช แปลว่า เทียมแอกผูกมัด ประกอบหรือรวมกันตามความหมายของศัพท์โยคะ หมายถึง ความเพ่งเล็งหรือเรียกว่า สมาธิ เพื่อควบคุมความแปรปรวนของจิตให้สิ้นไปหรือสู่ความหลุดพ้น

สัจต วาระวรรณ (2534) อธิบายว่า โยคะมาจากคำ 2 คำ คือ YOGA กับ YOKE โดย YOGA หมายถึง การรวมกัน 2 ประการ คือ ประการแรกการรวมจิตต่อวัตถุในการเพ่งเพื่อให้จิตของผู้เพ่งเข้าไปรวมเป็นอันเดียวกันกับวัตถุที่เพ่ง ประการที่สอง การรวมพลัง รวมพลังธรรมชาติกับพลังชีวิตเพื่อทำให้พลังจิตสูง คือ การใช้จิตควบคุมร่างกายตนเอง ส่วนคำว่า YOKE แปลว่า แอก หมายถึง การควบคุมคือการใช้จิตควบคุมร่างกายตนเอง

เอกไชย พรหมเชษฐ์ (2531) อธิบายไว้ว่า โยคะ มีรากศัพท์มาจากคำสันสกฤตว่า “ยูช” ซึ่งแปลว่า เชื่อมโยงผูกพัน ติด และประสาน เพ่งความสนใจต่อ ใช้และประยุกต์ รวมเข้าด้วยกัน ดังนั้น “โยคะ” จึงมีความหมายว่า การเชื่อมประสานชีวิตและจิตใจของมนุษย์กับพระผู้เป็นเจ้าหรือการรวมเข้าเป็นหนึ่งในชีวิตมัน (สัจจะแห่งชีวิต) และปรมาตมัน (สัจจะแห่งสกลจักรวาล) นั่นคือ การพัฒนาชีวิตและจิตใจของมนุษย์เพื่อให้ประสบสัมพัทธ์ หรือบรรลุสภาวะสมบูรณ์แห่งชีวิต

นอกจากนี้ “หะฐะโยคะ” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสาขาของโยคะ ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

ชด หัตบาเรอ (2516) และ เทียม กาญจนจารี (2540) ได้ตีความหมายของภาษาสันสกฤตไว้ว่า คำว่า “หะ” หมายถึง ดวงอาทิตย์ ซึ่งคือ พลังร้อน และคำว่า “ฐะ” หมายถึง ดวงจันทร์ คือ พลังเย็น คำว่า “โยคะ” หมายถึง การรวมหรือการควบคุม ดังนั้น “หะฐะโยคะ” จึงหมายถึง การรวมกันของพลังร้อนและพลังเย็นในร่างกายให้มีความสมดุลกัน ตลอดจนสามารถควบคุมบังคับพลังชีวิตทั้งสองนั้นได้ด้วยตนเองผ่านการควบคุมลมหายใจ

เอกไชย พรหมเชษฐ์ (2531) ให้ความหมายไว้ว่า “หะฐะโยคะ” เป็นโยคะแห่งการควบคุมอาสนะและปราณยาม หรือที่เรียกว่า กายและจิต โดยอาศัยการฝึกฝนอบรมในการควบคุมกายและจิตเพื่อการบรรลุถึงความเข้าใจในพระผู้สร้างเป็นมรรค และเป็นพื้นฐานที่ดีของการงานทุกอย่างของมนุษย์ จึงเป็นพื้นฐานของโยคะประเภทอื่นๆ และเหมาะแก่คนทุกจริตนิสัย

โดยสรุปแล้ว “หะฐะโยคะ” หรือตามที่คนทั่วไปเรียกกันว่า “โยคะ” หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาร่างกายและจิตใจผ่านการปฏิบัติอาสนะ (การบริหารร่างกาย) และการฝึกปราณยาม (การฝึกลมหายใจ) โดยประสานร่างกาย ลมหายใจ และจิตใจเข้าด้วยกัน เพื่อให้ร่างกายมีความมั่นคงแข็งแรง ส่งผลให้จิตใจนิ่งเป็นสมาธินำไปสู่จิตที่กระจ่างแจ้งและเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง รวมทั้งก่อให้เกิดสุขภาพที่แข็งแรงและผ่อนคลายในการดำเนินชีวิต

6. ประวัติความเป็นมาของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ

ปิยะ โยคะ เป็นศูนย์โยคะในจังหวัดสมุทรปราการ โดย คุณโสภา ปิยะวงศ์ หรือ ครูเล็ก จากอดีตเจ้าหน้าที่การเงิน ซึ่งเธอมีปัญหาเรื่องสุขภาพ เช่น ออฟฟิศซินโดรม ซีสที่หน้าอก ซีสที่รังไข่ และป่วยเป็นไขได้งาย จนเธอได้ทำความรู้จักกับโยคะครั้งแรกที่ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา (เอกมัย) และเมื่อได้มีโอกาสเรียนโยคะอย่างสม่ำเสมอ ผลที่เห็นได้ชัดคือเธอมีร่างกายที่กระชับขึ้น อาการต่างๆ ที่เคยเป็นก็ค่อยๆ หาย และยังคงฝึกโยคะอย่างต่อเนื่อง เริ่มทำท่วงท่าอาสนะได้ดีขึ้น ทำให้ครูผู้ฝึกสอน (นางศิริพร หวานฉ่ำ) ให้โอกาสเธอเข้าคอร์สครูโยคะ ทำให้เธอได้ตัดสินใจทั้งอาชีพทางด้านการเงินและหันหน้าเข้าสู่วงการโยคะอย่างจริงจัง จนเธอได้ตัดสินใจฝึกโยคะเป็นเวลา 1 ปี เพื่อนำเสนอโยคะพื้นฐานและเปิดสถานที่เรียนโยคะที่มีชื่อว่า “ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ” นอกจากการเรียนโยคะ จะเป็นผลดีแก่ตัวเองการตัดสินใจครั้งใหญ่นี้ยังทำให้หลายๆ คนมีโอกาสสัมผัสและได้รับประโยชน์เป็นอย่างมากจากโยคะ โยคะจึงเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมเพื่อเปิดประสบการณ์การดูแลสุขภาพอีกรูปแบบหนึ่ง ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ จึงเป็นสถานที่เรียนโยคะที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจุบันแนวโน้มคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการออกกำลังกายมากขึ้น ขณะที่ภาครัฐและบริษัทเอกชน มีการกระตุ้นและรณรงค์การออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีผู้ประกอบการที่สนใจและได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจออกกำลังกาย ทั้งฟิตเนสและโยคะเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดการแข่งขันดุเดือด จากการสำรวจพบว่าคนไทยที่ออกกำลังกายสม่ำเสมอ (3-4 ครั้งต่ออาทิตย์) มีเพียง 1-2% ของจำนวนประชากรเท่านั้น ต่างประเทศอื่นๆ อาทิ สิงคโปร์ที่มีสัดส่วน 6% ออสเตรเลียและสหรัฐที่มีสัดส่วนมากกว่า 15% เป็นต้น ประเทศไทยจึงมีโอกาสเติบโตในด้านธุรกิจนี้ได้อีกมาก ซึ่งจากโอกาสดังกล่าว ทำให้ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มุ่งพัฒนากลยุทธ์ และเทรนด์การออกกำลังกายในรูปแบบโยคะใหม่ๆ อยู่เสมอ อีกทั้งยังทำการตลาดกระตุ้นให้คนหันมาสนใจการออกกำลังกาย

การบริหารของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นพิเศษ โดยศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ต้องตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ ในเรื่องความสะดวกสบายในการใช้บริการ ทั้งเรื่องของทำเลที่ตั้ง และตารางเรียนที่เป็นระบบ รวมทั้งครูที่สอนต้องรู้จักวัฒนธรรมไทย ระมัดระวังการเดินระหว่างที่ผู้เล่นนอนอยู่ หรือการจับเนื้อต้องตัวเป้าหมายในการขยายธุรกิจของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มุ่งเน้นการเติบโตที่มีคุณภาพหรือเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การขยายธุรกิจของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ไม่ได้เน้นจำนวนสาขาเป็นหลัก แต่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับหลักสูตรการสอนและสถานที่ที่สะอาดและสะดวกสบาย ไม่ลงไปแข่งขันในเรื่องราคา แต่จะทำกลยุทธ์การตลาด โดยมีการจัดกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องโยคะ ทั้งนี้ยังมีการจัดโปรโมชั่นในแพ็คเกจพิเศษ เป็นรายไตรมาสเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายอีกด้วย โดยศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มีเพียงสาขาเดียวคือสาขาปากน้ำ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งปัจจุบันลูกค้าหลักของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ 70% เป็นกลุ่มผู้หญิงทำงาน นอกจากนี้ก็มีทั้งกลุ่ม

นักศึกษา กลุ่มวัยเกษียณ รวมถึงผู้ที่มาฝึกเพื่อเป็นครูสอนโยคะด้วย ซึ่งในปัจจุบัน ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มีสมาชิกทั้งหมด 360 คน เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบการเล่นโยคะ จึงได้มีการต่อเติมสถานที่เรียนเพิ่มเติม จึงทำให้ห้องเรียนโยคะ มีศักยภาพมากขึ้น โดยเรามีจุดประสงค์คือ เราแข็งแรงขึ้น และอยากให้ทุกคนมีร่างกายที่แข็งแรงห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บ จึงต้องการแบ่งปันประสบการณ์และเคล็ดลับให้กับทุกคน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าศาสตร์แขนงนี้เหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย เพียงแต่สิ่งสำคัญคือ ความตั้งใจและอดทนกับการฝึกฝน แล้วผลลัพธ์จะเกิดขึ้นในไม่ช้า

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาดังต่อไปนี้

ธานี ตะกรุดทอง (2546) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของสมาชิกศูนย์ออกกำลังกายต่อการจัดกิจกรรมทางการตลาด แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากสมาชิก ศูนย์ออกกำลังกายจำนวน 450 คน และได้รับกลับ 287 คน คิดเป็นร้อยละ 86 ข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW (Statistical Package for the Sciences for Windows) เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในด้านสินค้าและบริการอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ความพึงพอใจในด้านราคาสมาชิกอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ความพึงพอใจในด้านสถานที่อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ความพึงพอใจในด้านกิจกรรมต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางทุกด้าน แต่ในด้านกิจกรรมต่างๆ นั้น จะน้อยที่สุดเนื่องจากความชอบในการออกกำลังกายของสมาชิกมีความต่างกันมากจึงทำให้ยากที่จะจัดกิจกรรมด้านนี้ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

กิตติชัย ประเจ็ดชัยวงศ์ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการต่ออายุสมาชิกสถานบริหารร่างกายระบบสาขาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ใช้บริการสถานบริหารร่างกายระบบสาขา 3 แห่ง ได้แก่ California Wow X-perience, Fitness First และ Clark Hatch Fitness Center รวม 312 ชุด และนำมาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมการต่ออายุสถานบริหารร่างกาย จากการศึกษพบว่า ผู้ใช้บริการสถานบริหารร่างกายที่สำรวจในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์การใช้บริการสถานบริหารร่างกายในช่วง 1-3 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการต่ออายุสมาชิกสถานบริหารร่างกายเดิม แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความไม่แน่ใจที่จะต่ออายุสมาชิกสถานบริหารร่างกายเดิม นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้คนรอบข้างมาใช้บริการสถานบริหารร่างกายเดียวกับตนเอง ในด้านการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด

โดยพบว่าอัตราค่าบริการที่เหมาะสมเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพและการให้บริการของผู้ฝึกสอน อีกทั้งผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ด้าน ขนาดและสภาพของสถานที่ จำนวนสาขาที่สามารถใช้บริการได้ และการส่งเสริมการตลาด อื่นๆ อีกด้วย

ชนิกา เตชะไพรัตน์ (Chanika Techapairat. 2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคน กรุงเทพมหานคร ในการเลือกออกกำลังกายที่ฟิตเนส เซ็นเตอร์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ที่ใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ 2 แห่ง ได้แก่ California Wow X-perience และ Fitness First ผล การศึกษาพบว่า ปัจจัยหลัก 2 ประการที่มีอิทธิพลต่อคนกรุงเทพมหานครในการเลือกออกกำลังกายที่ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ได้แก่ การมีห้องน้ำและห้องอาบน้ำในฟิตเนส เซ็นเตอร์ และสถานที่ตั้งของฟิตเนส เซ็นเตอร์ อยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเหตุผลด้านรูปร่างลักษณะ และเหตุผลด้านสุขภาพพบว่ากลุ่มตัวอย่างออกกำลังกายที่ฟิตเนส เซ็นเตอร์ เพราะเหตุผลด้านรูปร่าง ลักษณะมากกว่าเหตุผลด้านสุขภาพ

นวลศรี ม่วงศิริ และคณะ (2543) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์สุขภาพ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 ตัวอย่าง ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มที่มีโอกาสจะเป็นสมาชิกมากที่สุดและจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของศูนย์สุขภาพ คือผู้บริโภคทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ตลอดจนกลุ่มที่มีรายได้ ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ส่วนการวิจัยด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก และ กลุ่มที่เลิกเป็นสมาชิก มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ไม่ต่างกัน การใช้เวลาว่างจะชอบ พักผ่อนอยู่กับบ้าน ดูแลสุขภาพด้วยการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และการออกกำลังกาย วิธีการออกกำลังกายที่ชอบคือวิ่งและว่ายน้ำ ความถี่ในการออกกำลังกายประมาณ 2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์ ครั้งละประมาณ 1 ชั่วโมง ความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มที่เป็นสมาชิก และเลิกเป็นสมาชิก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและอุปกรณ์เป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกให้ ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งและราคาเป็นหลัก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในศูนย์สุขภาพ ที่ตั้งภายในโรงพยาบาลเพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคให้ตระหนักถึง การออกกำลังกายอย่างถูกสุขลักษณะ และเหมาะสมกับสุขภาพส่วนบุคคล โดยศูนย์สุขภาพต่างๆควร มีผู้เชี่ยวชาญทางวิทยาศาสตร์และการกีฬา คอยให้คำแนะนำ ตลอดจนมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล สุขภาพ สมาชิกให้เหมาะสมกับประเภทการออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับสมาชิกในการใช้ บริการศูนย์สุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

พัฒนา เทวนิยมพันธ์ (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตั้งราคาของธุรกิจฟิตเนส มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตั้งราคาและเหตุผลที่นำไปใช้ในการตั้งราคาของสถานออกกำลังกาย ประเภทที่มีสาขา รวมทั้งศึกษาถึงกลไกที่ทำให้กลยุทธ์การตั้งราคาประสบความสำเร็จ โดยมีขอบเขต ในการศึกษาคือ ข้อมูลของการเสนอราคาของสถานออกกำลังกายประเภทที่มีสาขานับจำนวน 2 ราย ได้แก่ California Wow X-perience และ Fitness First ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การตั้งราคาของ

ธุรกิจฟิตเนส เป็นการกำหนดราคาโดยพิจารณาถึงความต้องการสินค้าและบริการของผู้ซื้อเป็นหลัก เพื่อความเต็มใจจะจ่ายมากน้อยเพียงใด และพยายามสร้างค่าสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อมากขึ้นเพื่อสามารถกำหนดราคาสินค้าและบริการให้สูงตามความเต็มใจจะจ่ายของผู้ซื้อ อีกทั้งบริษัทฟิตเนสได้มีการสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าและบริการ จัดแบ่งสินค้าและบริการเป็นชุด มีการจัดแบ่งลูกค้าตามลักษณะและพฤติกรรม การซื้อ เป็นต้น ต่อมาบริษัทฟิตเนส ต้องสร้างการรับรู้เกี่ยวกับค่าของสินค้าและบริการที่สร้างขึ้นให้กับผู้บริโภคพร้อมทั้งจัดเก็บรักษาค่าที่สร้างนี้ไว้เพื่อให้คงอยู่ ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายและผลกำไรของบริษัท ดังนั้นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับค่าของสินค้าและบริการรวมทั้งการจัดการจัดเก็บรักษาค่าของสินค้าและบริการ จึงเป็นกลไกที่ทำให้กลยุทธ์การตั้งราคาประสบความสำเร็จ

นรเศรษฐ กลมสุทธิและคณะ (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ที่ตัดสินใจสมัครสมาชิกส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุ 19-25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่ตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ส่วนใหญ่เลือกสมัครของ California Wow X-perience โดยมีเหตุผลคือมีสาขาอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสมัครสมาชิกคือ ตนเอง วัตถุประสงค์ในการสมัครเพื่อรักษาสุขภาพ มีค่าใช้จ่ายในการสมัครต่อเดือน 1,001-3,000 บาท วันที่ใช้บริการส่วนใหญ่คือ วันจันทร์ มีความถี่ในการใช้บริการคือ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้เวลาออกกำลังกายครั้งละ 1-3 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 16.00-20.00 น. รูปแบบการออกกำลังกายที่เลือกใช้คือเครื่องมือและอุปกรณ์ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรู้จักฟิตเนส เซ็นเตอร์ คือ เพื่อน ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการมากที่สุด รองลงมาให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และในส่วนของการส่งเสริมการตลาด

พินดา พินิตธำรง (2547) ศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center ประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน อาชีพ รูปแบบผู้มาใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ช่วงวันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และรูปแบบการออกกำลังกายที่ชอบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ในด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

2. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวม ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ณัฐวดี เกษสมบุญ (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานบริการ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค และพฤติกรรมการใช้บริการ ดำเนินการศึกษาเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสถานบริการฟิตเนสที่เปิดให้บริการในอาคารสำนักงาน บนถนนสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .82 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ ผลการศึกษา พบว่า (1) ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.06 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ร้อยละ 50.38 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.33 โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 45.57 และมีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 35.44 (2) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ

53.16 มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ร้อยละ 74.68 โดยพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาในการใช้บริการอยู่ในช่วงเวลา 19.01 น. ถึง ปิดบริการ ร้อยละ 49.11 และพฤติกรรมการใช้บริการด้านวันที่ใช้บริการ คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 50.38 (3) การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภค ในภาพรวมให้น้ำหนักการตัดสินใจมาก โดยให้น้ำหนักการตัดสินใจมากด้านการบริการเป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ (4) การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนส ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นลินี ชันทีวิทย์ (2547) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการสถานบริหารร่างกายในอาคารไอเอฟซีที ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ผล การศึกษาพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ น้ำหนัก 51-60 กิโลกรัม ส่วนสูง 161-170 เซนติเมตร และส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว โดยพบว่าพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสถานบริหารร่างกายและเป็นสมาชิกประเภทรายปีมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์เฉลี่ย 2 ครั้ง ช่วงเวลาในการบริหารร่างกายคือ 18.00 น. ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้บริการการอบไอน้ำ เหตุผลในการออกกำลังกายคือเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง เดินทางสะดวกใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน และเหตุผลในการไม่เคยไปใช้บริการสถานบริหารร่างกายคือเรื่องราคาแพง ในด้านความคาดหวังที่มีต่อการออกกำลังกายในสถานบริหารร่างกายโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคาดหวังด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมในการออกกำลังกายพบว่ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการค่อนข้างต่ำและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐาน และการวิเคราะห์ความคาดหวังด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่ามีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สุกัญญา ดอกพุ่ม (2546) ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้ที่นิยมออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกาย (Fitness Center) ผลวิจัยพบว่า ผู้ที่นิยมออกกำลังกายมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกายในด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด และสำหรับด้านราคามีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ในการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ที่นิยมออกกำลังกายที่มีต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกาย พบว่า ผู้ที่นิยมออกกำลังกายที่มีอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ความถี่ในการออกกำลังกายต่อสัปดาห์ สถานที่ในการออกกำลังกายประจำ และลักษณะค่าใช้จ่ายในการออกกำลังกาย มีทัศนคติต่อการใช้บริการสถาน

บริหารร่างกายโดยรวมแตกต่างกัน สำหรับผู้ที่นิยมออกกำลังกายที่มี เพศ อายุ เหตุผลในการออกกำลังกาย และประสบการณ์ในการใช้บริการ มีทัศนคติต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกายโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544: 64-74) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ: กรณีศึกษาโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการจากโรงพยาบาล มีความคาดหวังและการรับรู้ในระดับสูง โดยพบว่าผู้รับบริการได้ให้ความสำคัญขององค์ประกอบของคุณภาพบริการดังนี้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ(Reliability) เป็นอันดับแรกด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ(Tangibility) เป็นอันดับสอง ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) เป็นอันดับสาม ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ (Assurance) เป็นอันดับสี่ และด้านการเข้าถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ (Empathy) มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับผลของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ยังไม่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล ซึ่งมีความพอใจในด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) และด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ (Assurance) อยู่ในระดับต่ำโดยถือว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้มีความสำคัญที่สุดในการให้บริการของโรงพยาบาลเป็นการบ่งบอกว่าผู้รับบริการยังต้องการความมั่นใจในการใช้บริการจากโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับบริการที่เป็นเพศหญิง ที่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 13 ถึง 30 ปี มีแนวโน้มในการเกิดความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลจากเอกสารรวมถึงสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ” ดังนี้

1. กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดของปรเม สตะเวทิน (2533: 112) ที่แสดงให้เห็นประเด็นของความแตกต่างในด้านคุณสมบัติของบุคคลซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ผู้วิจัยต้องการมุ่งเน้นไปที่เพศหญิงเพราะคนส่วนใหญ่ที่เรียนโยคะเป็นเพศหญิง ผู้วิจัยจึงพิจารณากำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มาใช้ในการศึกษาความแตกต่างทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลดังกล่าวกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

2. กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 15-25) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถจูงใจตลาดได้ และเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติ ทั้งนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 16) ได้อธิบายถึง

ลักษณะระดับของผลิตภัณฑ์ 5 ระดับ หมายถึง ลักษณะด้านต่างๆ 5 ประการของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (3) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (4) ผลิตภัณฑ์ควบ (5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีลักษณะอย่างน้อย 2 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องมาจากผู้วิจัยเห็นว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง จึงให้ความสำคัญกับประโยชน์พื้นฐานและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวเข้ามาใช้ในการวิจัยเพื่อสร้างกรอบแนวความคิด และใช้ในการออกแบบสอบถาม

3. กรอบแนวความคิดความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดของอดเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday; & Andersen. 1975: 4) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ โดยเกิดจากสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ และทำให้เกิดการตอบสนอง นอกจากนี้ยังรวมถึงแนวความคิดของ สาโรช ไสยสมบัติ (2534: 39) ที่ให้ความหมายใกล้เคียงกัน แต่บอกวิธีในการวัดระดับความพึงพอใจที่ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้เรียนโยคะเพศหญิงได้ โดยการใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสถานที่เรียนโยคะ อันจะเป็นผลดีต่อการปฏิบัติหน้าที่จัดการเรียนรู้อย่างดีให้แก่ผู้เรียน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงปัจจัยหลายด้านที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง เนื่องจากการเรียนโยคะเป็นการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เพราะฉะนั้นคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เรียนโยคะเพศหญิงต้องการ อีกทั้งยังต้องพิจารณาประกอบกับเกณฑ์การตัดสินใจอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาทำการศึกษาและเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิดของการวิจัยและใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิเคราะห์เพื่อที่จะศึกษาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จึงทำการศึกษาวิจัยโดยหาความสัมพันธ์ของทฤษฎีดังกล่าวและศึกษาปัจจัยต่างๆ กับลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น งานวิจัยของนลินี ชันทีวิทย์ (2547) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการสถานบริการร่างกายในอาคารไอเอฟซีที ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาปรับใช้ในงานวิจัยนี้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้นำด้านผลิตภัณฑ์มาปรับใช้ในงานวิจัยเพียงด้านเดียว แต่เนื่องจากงานวิจัยของนลินี ชันทีวิทย์ (2547) ได้ทำการศึกษาสวน

ประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งด้านประชากรศาสตร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยของนลินี ขันทีวิทย์ (2547) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียน โยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ สามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในอนาคตต่อไป



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการวิจัยในเรื่อง องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 360 คน (ปิยะ โยคะ ข้อมูล ณ วันที่ 8 ธันวาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรนี้

จากสูตร

$$n = \frac{NZ^2 \sigma^2}{NE^2 + Z^2 \sigma^2}$$

เมื่อ n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจงแบบปกติในระดับความ

เชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น Z มีค่า = 1.96

E = ระดับความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.5

σ^2 = ค่าความแปรปรวนของกลุ่มประชากรจะใช้ค่า S.D.=0.621 (อัจฉรา

บุบผามาลา. 2548: 58)

จากสูตร

$$n = \frac{(360)(1.96)^2 (0.621)^2}{(360)(0.05)^5 + (1.96)^2 (0.621)^2}$$

$$n = \frac{533.332}{2.381}$$

= 223.994 หรือ 224 ตัวอย่าง

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 224 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยต้องการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 26 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 250 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้มีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้
ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มีรอบการเรียนทั้งหมด 12 รอบต่อสัปดาห์ จึงแบ่งจำนวนตัวอย่างในแต่ละรอบเท่าๆกัน

ตาราง 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน 250 คน

ลำดับ	รอบเรียน	จำนวน (คน)
1	รอบที่ 1	21
2	รอบที่ 2	21
3	รอบที่ 3	21
4	รอบที่ 4	21
5	รอบที่ 5	20
6	รอบที่ 6	21
7	รอบที่ 7	21
8	รอบที่ 8	21
9	รอบที่ 9	20
10	รอบที่ 10	21
11	รอบที่ 11	21
12	รอบที่ 12	21
	รวม	250

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการสุ่มผู้เรียนโยคะและเคยใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบกลับแบบสอบถาม

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับสภาพความจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมี จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ขั้นที่ 1 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้ (นิภาพร รุ่งสว่าง. 2551: 44)

- 1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี
- 1.2 19 - 28 ปี
- 1.3 29 - 38 ปี
- 1.4 39 - 48 ปี
- 1.5 49 ปีขึ้นไป

ขั้นที่ 2 สถานภาพสมรส เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 2.1 โสด
- 2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน
- 2.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ขั้นที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 3.2 ปริญญาตรี
- 3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ขั้นที่ 4 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 4.1 นักเรียน / นักศึกษา
- 4.2 พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง
- 4.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4.4 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

4.5 รับจ้างทั่วไป

4.6 พ่อบ้าน / แม่บ้าน

4.7 ว่างงาน / ยังไม่ได้ทำงาน

4.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ขั้นที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้ (นิภาพร รุ่งสว่าง. 2551: 44)

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

5.2 15,001 - 20,000 บาท

5.3 20,001 - 30,000 บาท

5.4 30,001 - 40,000 บาท

5.5 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบย่อย 5 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หลัก

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

4. ผลิตภัณฑ์ควบ

5. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Question) ทั้งหมดจำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วย

คะแนน 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

คะแนน 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอภิปรายผลจะใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์ความหมายของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย

4.21 - 5.00	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดีมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี
2.61 - 3.40	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ไม่ดี
1.00 - 1.80	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ไม่ดีมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เป็นคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Question) ทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

การอภิปรายผลจะใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น(Interval Scale) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์ความหมายของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย

4.21 - 5.00	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจ
2.61 - 3.40	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ เฉยๆ
1.81 - 2.60	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจ
1.00 - 1.80	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจ อย่างมาก

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้คำถามอ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย ชัดเจน ครบคลุมวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เมื่อเรียบร้อยแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นนำไปปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์อีกครั้ง ก่อนนำไปใช้จริง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีคำนวณของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548: 449-450) ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่

ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.7 โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่นมีดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นจากการทดสอบแบบสอบถามขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่

1. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์หลัก มีค่าเท่ากับ .740
2. ค่าความเชื่อมั่นด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .734
3. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง มีค่าเท่ากับ .722
4. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ควบ มีค่าเท่ากับ .710
5. ค่าความเชื่อมั่นด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .782
6. ค่าความเชื่อมั่นด้านความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ .753
6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล(Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยแหล่งข้อมูลมีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถามดังนี้

- 1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ
- 1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ชุด และนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อดำเนินการสรุปต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล

- 1.1 ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บข้อมูลแล้ว
- 1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องแล้วมาทำการลงรหัส (Coding)

1.3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และร้อยละ

ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลในตอนต้นที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผล อ้างอิงประชากรของการศึกษารั้งนี้ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

2.2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างคือ ONE-Way ANOVA

2.2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ของคะแนน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 39)

$$\text{เมื่อ } \bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545: 38)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

2.1 ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ซึ่งจะใช้สถิติวิเคราะห์จากสถิติ (F) หรือค่า Brown-Forsythe (B) เพื่อทดสอบ โดยใช้สูตร ดังนี้ (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 293)

ตาราง 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	$k - 1$	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม (W)	$n - k$	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
รวม (T)	$n - 1$	$SS_{(T)}$		

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติทดสอบที่มีการแจกแจงปกติ
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม $(k-1)$ และภายในกลุ่ม $(n-k)$
	k	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	$SS_{(B)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)
	$SS_{(W)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)
	$n - k$	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม (Within degree of freedom)

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 333)

			$LSD = \frac{t_{\alpha/2}}{2} ; \sqrt{\frac{n-k}{n_i} 2MSE}$
โดยที่	$n_i \neq n_j$		
	$r = n - k$		
เมื่อ	LSD	แทน	ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
	MSE	แทน	Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

2.2 ค่า Brown-Forsythe เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ในกรณีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ดังนี้ (Hartung. 2001: 300)

	B	=	$\frac{MSB}{MSW}$
โดยค่า	MSW	=	$\sum_{i=1}^K \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) s_i^2$
เมื่อ	B	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe

MBS	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MSW'	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-forsythe
K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดประชากร
S^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 ดังนี้ (Keppel. 1982: 153-155)

$$\overline{d_D} = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\overline{d_D}$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
	q_D	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
	$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีตรวจสอบเงื่อนไขแล้วพบว่า ตัวแปรของแต่ละกลุ่มย่อยมีการแจกแจงแบบปกติ และมีค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติทดสอบ Brown-Forsythe ในการทดสอบค่าเฉลี่ยและถ้าพบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ว่ามีคู่ใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ในระดับความสำคัญ 0.05, 0.01 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2548: 242)

2.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระกัน เป็นค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน มีสูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2544: 311-312)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน ผลรวมของคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum y$	แทน ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
	n	แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 437) คือ

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

ตาราง 5 ตารางแสดงความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 - 1.00	สูงมาก (Very Strong)
0.61 - 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 - 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 - 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01 - 0.20	ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบใช้ในสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
LSD	แทน	ค่า LSD (Least-Significant Difference)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางมีคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน มี 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	9	3.6
19 - 28 ปี	98	39.2
29 - 38 ปี	68	27.2
39 - 48 ปี	39	15.6
49 ปีขึ้นไป	36	14.4
รวม	250	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพสมรส		
โสด	157	62.8
สมรส / อยู่ด้วยกัน	76	30.4
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	17	6.8
รวม	250	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	11.6
ปริญญาตรี	155	62.0
สูงกว่าปริญญาตรี	66	26.4
รวม	250	100.0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	9	3.6
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	98	39.2
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	68	27.2
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	39	15.6
รับจ้างทั่วไป	36	14.4
ว่างงาน / ยังไม่ได้ทำงาน	5	2.0
อื่นๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ช่างภาพ	6	2.4
รวม	250	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	21	8.4
15,001 - 20,000 บาท	49	19.6
20,001 - 30,000 บาท	85	34.0
30,001 - 40,000 บาท	31	12.4
40,001 บาทขึ้นไป	64	25.6
รวม	250	100.0

จากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ 250 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-28 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ 29-38 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 อายุระหว่าง 39-48 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 อายุ 49 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 อาชีพอื่นๆ เช่น อื่นๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ช่างภาพ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ว่างงาน/ยังไม่ได้ทำงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

เนื่องจากมีอันตรายภาคชั้นของด้านอายุและอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่น้อยกว่า เกณฑ์ ที่กำหนดไว้ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มใหม่เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากการจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามกลุ่มอายุและอาชีพ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	107	42.8
29 - 38 ปี	68	27.2

ตาราง 7 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ (ต่อ)		
39 - 48 ปี	39	15.6
49 ปีขึ้นไป	36	14.4
รวม	250	100.0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	14	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	129	51.6
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	14.8
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	49	19.6
อื่นๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ช่างภาพ รับจ้างทั่วไป	21	19.6
แม่บ้าน ยังไม่ได้ทำงาน ฯลฯ		
รวม	250	100.0

จากตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 28 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 29-38 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 อายุระหว่าง 39-48 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 และอายุ 49 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ช่างภาพ รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน ยังไม่ได้ทำงาน ฯลฯ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หลัก รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ควบ และศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังนี้

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์โดยรวม

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์หลัก	4.45	.500	ดีมาก
รูปลักษณะผลิตภัณฑ์	4.11	.575	ดี
ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	4.47	.541	ดีมาก
ผลิตภัณฑ์ควบ	4.17	.556	ดี
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์	3.79	.643	ดี
รวม	4.20	.392	ดี

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ 250 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง และผลิตภัณฑ์หลัก มีความคิดเห็นในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ 4.45 ตามลำดับ รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควบ และศักยภาพของผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 4.17 และ 3.79 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์หลัก

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์หลัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
การเรียนรู้จะช่วยบำบัดโรคทั่วไป หรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้	4.23	.690	ดีมาก
การเรียนรู้จะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกาย มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	4.66	.581	ดีมาก
การเรียนรู้จะมีส่วนสำคัญในการพัฒนา สมาธิ	4.45	.607	ดีมาก
ด้านผลิตภัณฑ์หลักรวม	4.45	.500	ดีมาก

จากตาราง 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หลักโดยรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์หลักในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมากทุกข้อคือ การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมาคือ การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
การเรียนรู้ท่าโยคะที่มีความหลากหลาย เป็นผลดีต่อร่างกาย	4.52	.609	ดีมาก
การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่ เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการ เรียนโยคะ	4.32	.724	ดีมาก
ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความ สำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ	3.50	1.050	ดี
ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์รวม	4.11	.575	ดี

จากตาราง 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ การเรียนรู้ท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือ การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และความคิดเห็นในระดับดีคือ ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความ ผ่อนคลายจากความเครียด	4.35	.679	ดีมาก
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนา บุคลิกภาพ	4.52	.603	ดีมาก
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมี ร่างกายที่แข็งแรง	4.56	.652	ดีมาก
ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังรวม	4.47	.541	ดีมาก

จากตาราง 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังโดยรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมากทุกข้อคือ ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการเรียนโยคะ มีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ควบ

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ควบ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้ คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง	4.34	.738	ดีมาก
โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยน เสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ	4.26	.707	ดีมาก

ตาราง 12 (ต่อ)

ความคิดเห็นที่มีต่อ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
องค์ประกอบผลิตภัณฑ์			
ด้านผลิตภัณฑ์ควบ			
โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก	3.90	.899	ดี
ด้านผลิตภัณฑ์ควบรวม	4.17	.556	ดีมาก

จากตาราง 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ควบโดยรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ควบในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ เช่น ห้องเปลี่ยน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และความคิดเห็นในระดับดีคือ โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นที่มีต่อ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
องค์ประกอบผลิตภัณฑ์			
ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์			
การเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรค	3.30	.906	ปานกลาง
ร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก			
การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่	4.24	.714	ดีมาก
ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐาน	3.82	.898	ดี
ที่นักกีฬาทุกคนควรมี			
ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์รวม	3.79	.643	ดี

จากตาราง 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ควบ โดยรวมในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในรายข้อ มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีความคิดเห็นในระดับดีคือ ท่านคิดว่าโยคะจะเป็น ศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือการเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังนี้

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวม

ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
การเรียนโยคะทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	4.42	.643	พอใจมาก
การเรียนโยคะทำให้ท่านมีบุคลิกภาพ ที่ดีขึ้น	4.42	.655	พอใจมาก
การเรียนโยคะทำให้ท่านมีร่างกายที่ แข็งแรงมากขึ้น	4.51	.589	พอใจมาก
การเรียนโยคะเมื่อเทียบกับการคาดหวัง ของท่าน	4.18	.669	พอใจ
ด้านความพึงพอใจรวม	4.38	.519	พอใจมาก

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านความพึงพอใจในรายข้อ มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากคือ การเรียนโยคะทำให้ท่าน มีร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ การเรียนโยคะทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายและการเรียนโยคะทำให้ท่านมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีความพึงพอใจ ในระดับพอใจคือ การเรียนโยคะเมื่อเทียบกับการคาดหวังของท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

โดยแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Leven's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	.623	3	246	.601

จากตาราง 15 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอายุ ได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .601 มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือความแปรปรวนของกลุ่มนี้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้ F-test

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.314	3	.105	.385	.764
	ภายในกลุ่ม	66.822	246	.272		
รวม		67.136	249			

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .764 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ผู้เรียนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Leven's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มสถานภาพสมรส โดยใช้

Levene's test

	Levene	df1	df2	Sig.
	Statistic			
ความพึงพอใจโดยรวม	.633	2	247	.532

จากตาราง 17 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มสถานภาพสมรส ได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .532 มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือความแปรปรวนของกลุ่มนี้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มสถานภาพสมรส โดยใช้ F-test

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม ระหว่างกลุ่ม	.169	2	.085	.312	.732
ภายในกลุ่ม	66.967	247	.271		
รวม	67.136	249			

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .732 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Leven's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

	Levene	df1	df2	Sig.
	Statistic			
ความพึงพอใจโดยรวม	1.077	2	247	.342

จากตาราง 19 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .342 มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือความแปรปรวนของกลุ่มนี้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ F-test

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.059	2	.029	.108	.897
	ภายในกลุ่ม	67.077	247	.272		
รวม		67.136	249			

จากตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .897 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least

Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Leven's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene's test

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	.479	4	245	.751

จากตาราง 21 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ ได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .751 มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือความแปรปรวนของกลุ่มนี้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้ F-test

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.926	4	.232	.857	.491
	ภายในกลุ่ม	66.210	245	.270		
รวม		67.136	249			

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .491 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Leven's Test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	.564	4	245	.689

จากตาราง 23 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .689 มีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือความแปรปรวนของกลุ่มนี้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ F-test

แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจโดยรวม ระหว่างกลุ่ม	.991	4	.248	.918	.454
ภายในกลุ่ม	66.145	245	.270		
รวม	67.136	249			

จากตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจโดยรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .454 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 ผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลิตภัณฑ์หลักไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

H_1 : ผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์หลักรายข้อกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์หลัก	ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
การเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้	.386**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น	.218**	.001	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิ	.376**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ผลิตภัณฑ์หลักรวม	.414**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 25 พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์หลักโดยรวมกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .414 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง หมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์หลักโดยรวมของผู้เรียนโยคะที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. การเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้

การเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักด้านการเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .386 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ

2. การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น

การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้นกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์หลักด้านการเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .218 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่น ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ

3. การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิ

การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลกระทบหลักด้านการเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .376 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะทำให้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

H_1 : รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ รายข้อกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

รูปลักษณะผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
การเรียนรู้ท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกาย	.301**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ	.134*	.034	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำมาก
ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ	.056	.377	ไม่สัมพันธ์กัน	-
รูปลักษณะผลิตภัณฑ์รวม	.196**	.002	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำมาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 26 พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า รูปลักษณะผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .196 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก หมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์โดยรวมของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. การเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกาย

การเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกายกับความพึงพอใจของผู้เรียน โยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .301 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกายที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ

2. การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ

การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านการตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .134 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับต่ำมาก

3. ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ

ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .377 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 ผลลัพธ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ที่คาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

H_1 : ผลลัพธ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลลัพธ์ ด้านผลลัพธ์ที่คาดหวัง รายข้อกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด	.314**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ	.415**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง	.257**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ผลลัพธ์ที่คาดหวังรวม	.389**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 27 พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .389 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับก่อนข้างต่ำ หมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังโดยรวมของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับก่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด

ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียดกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังด้านท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .314 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับก่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับก่อนข้างต่ำ

2. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ

ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังด้านท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .415 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับปานกลาง

3. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง

ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรงกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลลัพธ์ที่คาดหวังด้านท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .257 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 ผลลัพธ์ความมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ความไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

H_1 : ผลลัพธ์ความมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ควมร่าย
 ข้อกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัด
 สมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์ควม	ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง ความสัมพันธ์	ระดับ ความสัมพันธ์
ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้ คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง	.188**	.003	ทิศทาง เดียวกัน	ต่ำมาก
โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยน เสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ	.130*	.040	ทิศทาง เดียวกัน	ต่ำมาก
โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้ เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก	.086	.176	ไม่สัมพันธ์กัน	ต่ำมาก
ผลิตภัณฑ์ควมรวม	.185**	.003	ทิศทาง เดียวกัน	ต่ำมาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 28 พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ควมกับความพึงพอใจของผู้เรียน
 โยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ
 .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้น
 หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ควมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออก
 กำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์
 สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .185 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก
 หมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้าน
 ผลิตภัณฑ์ควมโดยรวมของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิง
 มีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับต่ำมาก
 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง

ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลลัพธ์ที่ควรถอดครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .188 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับต่ำมาก

2. โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ

โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .040 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลลัพธ์ที่ควรถอดโรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .130 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับต่ำมาก

3. โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก

โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิกกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .176 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ผลลัพธ์ที่ควรถอดโรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

H_1 : ศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์รายข้อกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
การเรียนรู้โยคะสามารถช่วยบำบัดโรคภัยไข้เจ็บได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก การเรียนรู้โยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่	.277**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี	.361*	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี	.310	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์รวม	.408**	.000	ทิศทางเดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 29 พบว่า องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .408 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับก่อนข้างต่ำ หมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์โดยรวมของศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับก่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. การเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก

การเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูกกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .277 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับก่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูกที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับก่อนข้างต่ำ

2. การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่

การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นหมายความว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .361 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับก่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับก่อนข้างต่ำ

3. ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี

ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมีกับความพึงพอใจของผู้เรียน โยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั้นหมายความว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .310 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เพิ่มมากขึ้น จะทำให้ผู้เรียนโยคะเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้น ในระดับค่อนข้างต่ำ



สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.	ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน	One Way ANOVA	
1.1	ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน - ความพึงพอใจโดยรวม	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2	ผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน - ความพึงพอใจโดยรวม	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3	ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน - ความพึงพอใจโดยรวม	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4	ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน - ความพึงพอใจโดยรวม	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 30 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
	1.5 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน - ความพึงพอใจโดยรวม	F-test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2	องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	Pearson Correlation	
	2.1 ผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ - การเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้ - การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น - การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิ - ผลิตภัณฑ์หลักรวม	Pearson Correlation Pearson Correlation Pearson Correlation Pearson Correlation Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 30 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
2.2	รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ - การเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกาย - การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ - ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ - รูปลักษณะผลิตภัณฑ์รวม	Pearson Correlation	
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.3	ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ - ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด - ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ - ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง - ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังรวม	Pearson Correlation	
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
		Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 30 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
2.4	ผลิตภัณท์ควมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	Pearson Correlation	
	- ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- ผลิตภัณท์ควมรวม	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5	ศักยภาพของผลิตภัณท์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ	Pearson Correlation	
	- การเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมีทุกคนควรมี	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
	- ศักยภาพของผลิตภัณท์รวม	Pearson Correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ” ผู้วิจัยได้สรุปผลวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ความสำคัญของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความสำคัญไว้ดังนี้

ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลง และผลของการออกกำลังกายในรูปแบบการฝึกโยคะของผู้เรียนโยคะเพศหญิงในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสถานที่เรียนโยคะ อันจะเป็นผลดีต่อการปฏิบัติหน้าที่จัดการเรียนรู้ที่ดีให้แก่ผู้เรียน นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นโยคะได้ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

สมมติฐานทางการวิจัย

1. ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
2. องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 360 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ธันวาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 224 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยต้องการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 26 คน เพื่อให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 250 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ มีรอบการเรียนทั้งหมด 12 รอบต่อสัปดาห์ จึงแบ่งจำนวนตัวอย่างในแต่ละรอบเท่าๆกัน

ตาราง 31 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลในแต่ละรอบเรียน 250 คน

ลำดับ	รอบเรียน	จำนวน (คน)
1	รอบที่ 1	21
2	รอบที่ 2	21
3	รอบที่ 3	21
4	รอบที่ 4	21
5	รอบที่ 5	20
6	รอบที่ 6	21
7	รอบที่ 7	21
8	รอบที่ 8	21
9	รอบที่ 9	20
10	รอบที่ 10	21
11	รอบที่ 11	21
12	รอบที่ 12	21
	รวม	250

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการสุ่มผู้เรียนโยคะและเคยใช้บริการศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบกลับแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับสภาพความจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมี จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ขั้นที่ 1 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้ (นิภาพร รุ่งสว่าง. 2551: 44)

- 1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี
- 1.2 19 - 28 ปี
- 1.3 29 - 38 ปี
- 1.4 39 - 48 ปี
- 1.5 49 ปีขึ้นไป

ขั้นที่ 2 สถานภาพสมรส เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 2.1 โสด
- 2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน
- 2.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ขั้นที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 3.2 ปริญญาตรี
- 3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ขั้นที่ 4 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งได้ดังนี้

- 4.1 นักเรียน / นักศึกษา
- 4.2 พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง
- 4.3 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.4 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

4.5 รับจ้างทั่วไป

4.6 พ่อบ้าน / แม่บ้าน

4.7 วางงาน / ยังไม่ได้ทำงาน

4.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ขั้นที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งได้ดังนี้ (นิภาพร รุ่งสว่าง. 2551: 44)

5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

5.2 15,001 - 20,000 บาท

5.3 20,001 - 30,000 บาท

5.4 30,001 - 40,000 บาท

5.5 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ โดยมีองค์ประกอบย่อย 5 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หลัก

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

4. ผลิตภัณฑ์ควบ

5. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Question) ทั้งหมดจำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วย

คะแนน 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

คะแนน 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คะแนน 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การอภิปรายผลจะใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

สรุปเกณฑ์ความหมายของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย

4.21 - 5.00	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดีมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดี
2.61 - 3.40	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ไม่ดี
1.00 - 1.80	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ไม่ดีมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ เป็นคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Closed-Ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) เป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Question) ทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

การอภิปรายผลจะใช้การวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

สรุปเกณฑ์ความหมายของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย

4.21 - 5.00	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจมาก
3.41 - 4.20	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พอใจ
2.61 - 3.40	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ เฉยๆ
1.81 - 2.60	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจ
1.00 - 1.80	หมายถึง	ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ไม่พอใจ อย่างมาก

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้คำถามอ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย ชัดเจน ครบคลุมวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เมื่อเรียบร้อยแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นนำไปปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์อีกครั้ง ก่อนนำไปใช้จริง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีคำนวณของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2548: 449-450) ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่

ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.7 โดยผลการทดสอบความเชื่อมั่นมีดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นจากการทดสอบแบบสอบถามขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่

1. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์หลัก มีค่าเท่ากับ .740
 2. ค่าความเชื่อมั่นด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .734
 3. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง มีค่าเท่ากับ .722
 4. ค่าความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ควบ มีค่าเท่ากับ .710
 5. ค่าความเชื่อมั่นด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .782
 6. ค่าความเชื่อมั่นด้านความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ .753
6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยแหล่งข้อมูลมีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถามดังนี้

- 1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ
- 1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ชุด และนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อดำเนินการสรุปต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล

- 1.1 ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บข้อมูลแล้ว
- 1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องแล้วมาทำการลงรหัส (Coding)

1.3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และร้อยละ

ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลในตอนต้นที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผล อ้างอิงประชากรของการศึกษารุ่นนี้ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

2.2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างคือ ONE-Way ANOVA

2.2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงทั้งหมด 250 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 28 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 29-38 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 อายุระหว่าง 39-48 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 และอายุ 49 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ สถาปนิก ช่างภาพ รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน ยังไม่ได้ทำงาน ฯลฯ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์หลักรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมาคือ การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมาธิ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์รวมในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ การเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือ การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และความคิดเห็นในระดับดีคือ ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ควบรวมในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เรียนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั่งรอ เช่น ห้องเปลี่ยน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และความคิดเห็นในระดับดีคือ โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียนโยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์รวมในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับดีมากคือ การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีความคิดเห็นในระดับดีคือ ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์

พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีความคิดเห็นในระดับปานกลางคือการเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคภัยไข้เจ็บได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกายปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจรวมในระดับพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นในระดับพอใจมากคือ การเรียนโยคะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ การเรียนโยคะทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลายและการเรียนโยคะทำให้ท่านมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีความคิดเห็นในระดับพอใจคือ การเรียนโยคะเมื่อเทียบกับการคาดหวังของท่าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้เรียนที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 ผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์หลักด้านการเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรืออาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำ

ผลิตภัณฑ์หลักด้านการเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกายมีความยืดหยุ่นมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

ผลิตภัณฑ์หลักด้านการเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสมรรถภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุปได้ดังนี้

รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนท่าโยคะที่มีความหลากหลายเป็นผลดีต่อร่างกายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้านการตกแต่งและความสะอาดของสถานที่เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้านชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมีความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังด้านท่านคิดว่า การเรียนโยคะทำให้ท่านมีความผ่อนคลายจากความเครียดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ

โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

ผลิตรกษณ์ที่คาคหวั้งด้านท่านคาคหวั้งการเรเรียนโยคะมึส่วนช่วยพัฒนาบุคลคภพมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมึความสั่มพัันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง

ผลิตรกษณ์ที่คาคหวั้งด้านท่านคาคหวั้งการเรเรียนโยคะจะท่าให้ท่านมึร่างกายที่ข้งแรงมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมึความสั่มพัันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 ผลิตรกษณ์คาคหวั้งมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ

ผลิตรกษณ์คาคหวั้งมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ข้งสอดคล้อ้งกับสมมติฐานที่ต้งไว้ โดยใช้สถิติสหสั่มพัันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เมือพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุปได้ต้งนี้

ผลิตรกษณ์คาคหวั้งด้านครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้ค่านะนำแก่ผู้เรเรียนทุกคนอย่างท่วถึงมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมึความสั่มพัันธ์ทึศในทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

ผลิตรกษณ์คาคหวั้งด้านโรงเรเรียนสอนโยคะมึสั่อย่างนวยความสะดวกสำหรับผู้เรเรียน เช่น ห้องเปลียนเสื้อผ่า ห้องอาบน้า ที่นั้รอมึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมึความสั่มพัันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

ผลิตรกษณ์คาคหวั้งด้านโรงเรเรียนสอนโยคะมึการทดลองให้เรเรียนโยคะก่อนตดัสนใจสัครสมาชิกไม่มึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 ศักยภพของผลิตรกษณ์มึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ

ศักยภพของผลิตรกษณ์มึความสั่มพัันธ์กับคาคหวั้งพ้อใจของผู้เรเรียนโยคะเพศหณึ้งที่ศูนย้ออกก่าล้งกาย ปยะ โยคะ ในจ้งหวัดสมุทรปรการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ข้งสอดคล้อ้งกับสมมติฐานที่ต้งไว้ โดยใช้สถิติสหสั่มพัันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เมือพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถสรุปได้ต้งนี้

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรคภัยแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านการเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นักกีฬาทุกคนควรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีสาระสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกความแตกต่างตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

1.1 อายุ ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เรียนทุกช่วงอายุ มีลักษณะการเรียนรู้ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งครูผู้สอนจะทำการสอนท่าโยคะเบื้องต้น โดยให้ฝึกกำหนดลมหายใจ และเรียนรู้ท่าโยคะต่างๆ เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ จึงทำให้ผู้เรียนทุกวัยสามารถรับรู้ท่วงท่าได้ตามธรรมชาติของช่วงวัยนั้นๆ ในกรณีที่ให้เด็กเรียนร่วมกับผู้ใหญ่ นั้น เนื่องจากเด็กมีร่างกายที่ยืดหยุ่นอยู่แล้ว สามารถฝึกได้ง่าย จึงไม่เป็นปัญหาเมื่อเรียนพร้อมกับผู้ใหญ่ ยังช่วยให้เด็กมีสมาธิและควบคุมตัวเองได้มากขึ้น รวมทั้งครูผู้สอนจะคอยสังเกต ดูการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของผู้เรียนในแต่ละวัยเพื่อเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน เพราะไม่ว่าผู้เรียนจะมีอายุมากหรือน้อยต่างก็ต้องการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งทำให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์ทั้งในเรื่องของกายและใจ ช่วยพัฒนาการเจริญเติบโตของโครงสร้างร่างกาย การไหลเวียนของเลือด และพัฒนาสมาธิ ดังนั้น ผู้เรียนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของสุกัญญา ดอกพุ่ม (2546) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ที่นิยมออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสถานบริการร่างกาย (Fitness Center) พบว่า ผู้ที่นิยมออกกำลังกายที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้

บริการสถานบริหารร่างกายโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของณัฐวัฒน์ ดนัยดุขฎีกุลและคณะ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 สถานภาพสมรส ผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เรียนทุกสถานภาพ อาจตกอยู่ในสภาวะทางด้านร่างกายและจิตใจที่ย่ำแย่ จากปัญหาส่วนตัวและปัญหาครอบครัว ทำให้ผู้เรียนหันมาใส่ใจในสุขภาพ อยากมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง มีสภาพจิตใจที่ดี จึงส่งผลให้ผู้เรียนเลือกเรียนโยคะอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเรียนโยคะนั้นไม่มีข้อจำกัดในด้านสถานภาพสมรส ไม่ว่าจะเป็นสถานภาพโสด แต่งงานแล้ว หรือเป็นหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ทุกคนสามารถเรียนโยคะได้อย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้เรียนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวิชญ์ จันทรนิมิต (2556) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 ระดับการศึกษา ผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เรียนทุกระดับการศึกษา มีความสนใจในการออกกำลังกายด้วยโยคะ ที่ทำให้ร่างกายมีความยืดหยุ่น รูปร่างกระชับ มีร่างกายที่แข็งแรงและสามารถลดอาการบาดเจ็บให้ดีขึ้นได้ พร้อมทั้งกลุ่มดังกล่าวสามารถรับรู้ถึงสรรพคุณและประโยชน์ที่ได้จากการเรียนโยคะที่ส่งผลดีต่อร่างกายและจิตใจ เนื่องจากการออกกำลังกายด้วยโยคะเริ่มเป็นเทรนด์ในสังคมไทยและคนส่วนใหญ่ทราบกันดีว่าการเรียนโยคะส่งผลดีต่อร่างกายอย่างไรบ้าง ดังนั้นการเรียนโยคะไม่มีข้อจำกัดในด้านระดับการศึกษาทุกคนสามารถเรียนโยคะได้อย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวัฒน์ ดนัยดุขฎีกุลและคณะ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์ พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนสไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 อาชีพ ผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เรียนทุกอาชีพ มีความต้องการที่จะผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากการทำงาน ซึ่ง

อาชีพที่ทำอาจส่งผลให้เกิดอาการเครียดและวิตกกังวลได้ง่าย จึงทำให้ผู้เรียนส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการออกกำลังกายด้วยการเรียนโยคะเพื่อทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น เนื่องจากทุกคนต่างทำงานภายใต้ภาวะกดดันจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งการใช้ชีวิตประจำวันที่อยู่ในอิริยาบถที่ผิดตลอดวัน เช่น การนั่งทำงานอยู่กับหน้าจคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน ทำให้เป็นโรคออฟฟิตซินโดรมและโรคกระดูกทับเส้น เป็นต้น เพราะฉะนั้นการเรียนโยคะจะช่วยลดความเครียด ความอ่อนล้าทางกายและทางใจที่เกิดจากการทำงานในชีวิตประจำวัน รวมทั้งสามารถลดอาการบาดเจ็บต่างๆได้อีกด้วย ดังนั้นผู้เรียนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวิชญ์ จันทรนิมิต (2556) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้เรียนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้เรียนทุกระดับรายได้ มีความต้องการที่จะดูแลตัวเองทั้งผิวพรรณและรูปร่าง ซึ่งการเรียนโยคะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนกลุ่มนี้ได้ พร้อมทั้งมีค่าบริการในการเรียนต่อคอร์สในราคาที่ถูกและย่อมเยาว์ สอดคล้องกับรายได้ประจำในแต่ละเดือน นอกจากนี้ศูนย์ออกกำลังกายอยู่ใกล้ชุมชนต่างๆที่มีผู้พักอาศัยอยู่มาก จึงทำให้การเดินทางมีสะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการเรียนโยคะไม่มีข้อจำกัดในด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทุกคนสามารถเรียนโยคะได้อย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้เรียนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yente Yu และคณะ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ พบว่า ลูกค้ายที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป มีการใช้บริการฟิตเนส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์หลัก รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ควบ และศักยภาพของผลิตภัณฑ์ พบว่า

2.1 ผลิตภัณฑ์หลัก องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน เนื่องจากด้านผลิตภัณฑ์หลัก เป็นประโยชน์หลักของการเรียนโยคะที่ส่งผลต่อผู้เรียนโดยตรง โดยมีคุณประโยชน์ที่ผู้เรียนสามารถสัมผัสได้ทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น เพิ่มความยืดหยุ่นให้กับร่างกาย

บรรเทาอาการปวดเมื่อย ผ่อนคลายความตึงเครียดและมีสมาธิขึ้น เป็นต้น ประกอบกับท่วงท่าในการเรียนที่ต้องยืดเหยียด จึงทำให้ร่างกายสามารถทำงานได้ดีขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการเรียนโยคะเป็นการดูแลสุขภาพอีกรูปแบบหนึ่งที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจและฝึกปฏิบัติกันมาก เพราะส่งผลดีต่อร่างกายและจิตใจ ดังนั้นองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นนภา อื้อศรีวงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา พบว่าทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้ทำให้ท่านมีความสุขแข็งแรง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมากและมีทิศทางเดียวกัน เนื่องจากด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ผู้เรียนได้รับรู้และสัมผัสตั้งแต่เข้าไปในสถานที่เรียน หากสถานที่เรียนมีบรรยากาศโดยรวมที่ดีจะส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจในการเรียนโยคะ ซึ่งจะพิจารณาจากการออกแบบตกแต่งสถานที่เรียนให้น่าดึงดูดใจ ความสะอาด แสงสว่าง เสียงเพลง อุณหภูมิโดยรอบ เป็นต้น โดยเห็นได้ว่าบรรยากาศจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้เรียนเป็นอย่างมาก และสภาพแวดล้อมที่ดีของศูนย์ออกกำลังกายจะทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ซึ่งศูนย์ออกกำลังกายจะอยู่ในทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งชุมชน ทั้งที่พักอาศัยและสถานที่ทำงาน เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางของผู้เรียนอีกด้วย รวมไปถึงความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของสถานที่เรียน ซึ่งทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจในการเรียนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นนภา อื้อศรีวงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้มีสภาพแวดล้อมในการตกแต่งสีสน์ รูปแบบภายในกิจการให้ดูดีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และงานวิจัยของวศินี ทนพลกรัง (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะและมวยไทย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านชื่อเสียงของสถาบันเป็นที่รู้จักไปทั่วมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะและมวยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของจิรฉิพา เรืองกล (2558) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ พิตเนช โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการด้านชั้นเรียนออกกำลังกายมีมากมายหลากหลายประเภทให้ลูกค้าผู้เข้าร่วมสามารถเลือก

เข้าร่วมตามความชอบ ความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ พิเศษ
ไชยดี กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง องค์ประกอบผลลัพธ์ด้านผลลัพธ์ที่คาดหวัง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับก่อนข้างต่ำและมีทิศทางเดียวกัน เนื่องจากด้านผลลัพธ์ที่คาดหวังเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและเห็นถึงความสำคัญของการเรียนโยคะมากขึ้น เพราะทุกคนต่างคาดหวังในสิ่งที่ตนเองต้องการ ซึ่งความพึงพอใจของผู้เรียนเป็นระดับความรู้สึกของผู้เรียนที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของการเรียนโยคะกับความคาดหวังของผู้เรียน ถ้าผลของการเรียนโยคะมีทิศทางที่สูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะเรียนโยคะกับศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งผลให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติเชิงบวกกับการเรียนโยคะมากขึ้น ดังนั้น องค์ประกอบผลลัพธ์ด้านผลลัพธ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่น นภา อื้อศรีวงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้มีการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า เช่น ต้องการลดน้ำหนักให้ได้สัดส่วนที่ต้องการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4 ผลลัพธ์ที่ควม องค์ประกอบผลลัพธ์ด้านผลลัพธ์ที่ควมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำมากและมีทิศทางเดียวกัน เนื่องจากด้านผลลัพธ์ที่ควม เป็นประโยชน์ที่ผู้เรียนได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนโยคะ ซึ่งศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ แห่งนี้ เน้นการบริการที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องให้ความสนใจกับผู้เรียนเป็นพิเศษ โดยศูนย์ออกกำลังกายมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งเรื่องของทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถและตารางเรียนที่เป็นระบบ รวมทั้งครูผู้สอนให้ความสำคัญกับผู้เรียนทุกคน พร้อมให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนอย่างทั่วถึง จึงทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจและกลับมาเรียนซ้ำจนเกิดการบอกต่อ ซึ่งเป็นผลมาจากสิ่งกระตุ้นด้านผลลัพธ์ที่ควมที่ผู้เรียนได้รับ และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นองค์ประกอบผลลัพธ์ด้านผลลัพธ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่น นภา อื้อศรีวงศ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้

บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านศูนย์ออกกำลังกายแห่งนี้มีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ วีรวัฒน์ ตันกำเนิด (2554) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการติดตามผลหลังการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ พัทธวีรัชฐ์ วัฒนปรีชากุล (2556) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์ออกกำลังกายเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยผลิตภัณฑ์ด้านการทดลองใช้โปรแกรมการออกกำลังกายแบบใหม่ฟรี 1 ครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์ออกกำลังกายเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยของ จิรฉิพา เรืองกล (2558) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี พิตเนช โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการด้านมีที่นั่งรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี พิตเนช โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของวศินี ทนพลกรัง (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะและมวยไทย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านการรับรองหลักสูตรโดยสถาบันที่เชื่อถือได้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะและมวยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับก่อนข้างต่ำและมีทิศทางเดียวกัน เนื่องจากด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นคุณสมบัติของโยคะที่ส่งผลต่อสุขภาพของผู้เรียนหรือเป็นความต้องการของผู้เรียนในระยะยาว เช่น โยคะสามารถช่วยบำบัดโรคมะเร็งปากมดลูกเนื่องจากข้อมูลนี้ได้มีการศึกษาค้นคว้าแล้วว่าสามารถเป็นไปได้ แต่ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆของผู้เรียนด้วยว่าผู้เรียนมีวินัยในการเรียนหรือไม่ ซึ่งครูผู้สอนสามารถนำผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์มาแบ่งปันประสบการณ์และเคล็ดลับให้กับผู้เรียนได้ เช่น ทำป้ายติดผนังบอกประโยชน์และสรรพคุณ “ท่าสะพานโค้งสามารถช่วยป้องกันโรคมะเร็งปากมดลูกได้” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนว่าเรียนแล้วสามารถป้องกันโรคนี้ได้จริง จึงทำให้ผู้เรียนมีกำลังใจและเกิดความพึงพอใจในการเรียนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 15-25) กล่าวว่า ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาไปเพื่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต ผลิตภัณฑ์บางชนิดผู้บริโภคให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์หลัก เช่น

ยารักษาโรค หนังสือพิมพ์ ผลิตภัณฑ์บางชนิดผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องของรูปลักษณ์ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยคุณค่าส่วนเพิ่มที่เป็นไปได้ทั้งหมด รวมถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มคุณค่าต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นต่อไปในอนาคต เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษารองคประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากทุกคนมีความพึงพอใจเหมือนกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรโยคะให้เหมาะกับผู้เรียนทุกกลุ่มและควรมีการทำรายการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่อไป

2. องค์ประกอบผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์หลัก ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานคุณภาพในการพัฒนาหลักสูตรโยคะอย่างต่อเนื่อง ในการสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรงและเน้นการฝึกสมาธิ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนให้ได้มากที่สุด เนื่องจากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรมีการสรรหาความรู้เพิ่มเติม ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการสอนโยคะ ทั้งทางด้านบำบัดโรคภัย รูปแบบ การบริการ ความหลากหลายแปลกใหม่ของการเรียนโยคะ รวมทั้งควรจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน เพื่อทำให้เกิดสังคมใหม่เป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีภายในห้องเรียนและเกิดความพึงพอใจในการเรียนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผู้ประกอบการควรมีการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ถึงกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนโยคะ รวมถึงเคล็ดลับการบริหารร่างกายเพื่อดูแลตัวเอง เกร็ดความรู้ในการใส่ใจสุขภาพ เนื่องจากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรวางแผนการพัฒนาหลักสูตรการเรียนโยคะให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงมีการสอบถาม สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบการเรียนโยคะเหมือนกัน เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ทั้งสี กลิ่น บรรยากาศภายในห้องเรียนต้องถูกออกแบบมาให้เรียบง่าย สงบและปลอดภัย โปร่ง เพื่อให้ผู้เรียนได้สัมผัสถึงประสบการณ์การเรียนโยคะที่ดีกลับไป เนื่องจากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ เพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ผู้ประกอบการควรมีการนำเสนอการให้ข้อมูลรูปแบบใหม่ เช่น การนำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook Instragram Pantip เป็นต้น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ทั้งการแนะนำติชมและสามารถนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพิ่มเติมได้ รวมไปถึงครูผู้สอนต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้เรียนเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุของผู้เรียน และคอยสังเกต แก้อาการต่าง ๆ ของผู้เรียนอันจะก่อให้เกิดผลเสียทางร่างกายของผู้เรียนในอนาคต เนื่องจากองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ควบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. หากการเรียนโยคะมีความก้าวหน้ามากขึ้น ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิงที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดบริการ ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยด้านทัศนคติ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

2. ควรมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่นนอกเหนือจากผู้เรียนเพศหญิง หรือกำหนดเขตการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่จังหวัดอื่น เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่หลากหลาย และสามารถนำมาเปรียบเทียบในการกำหนดสัดส่วนตลาดได้

3. ควรศึกษาตัวแปรตามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เรียนโยคะ ได้แก่ ความถี่ จำนวนเงินการบอกต่อ การใช้บริการซ้ำ เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดการเรียนโยคะ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในตลาดต่อไป

4. การวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้เรียนโยคะกับศูนย์ออกกำลังกายโยคะอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน เนื่องจากทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้เรียนโยคะที่ได้รับจากศูนย์ออกกำลังกายโยคะอื่นๆ เพื่อที่จะสามารถปรับปรุงศูนย์ออกกำลังกายให้ทันสมัยและทันต่อความต้องการของตลาด รวมทั้งสามารถต่อยอดขยายหลักสูตรโยคะได้ต่อไป

5. ควรขยายขอบเขตการศึกษา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง ศูนย์ออกกำลังกายโยคะและผู้เรียนโยคะ เพื่อที่จะสามารถทำการแลกเปลี่ยน เสนอข้อคิดเห็นและ ได้รับคำแนะนำเพิ่มเติม รวมทั้งทำให้ทราบถึงจุดที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจและไม่เกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพที่ได้รับจากศูนย์ออกกำลังกาย เพื่อสามารถนำมาพัฒนาศูนย์ออกกำลังกายให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจสูงสุดและมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

6. ในกรณีที่มีผู้สนใจศึกษาต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ควรจะศึกษาถึงอุปสรรค ในการดำเนินงานของศูนย์ออกกำลังกายโยคะ รวมถึงอุปสรรคในการให้บริการว่าควรมีมาตรการหรือนโยบายในการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคอย่างไร





บรรณานุกรม

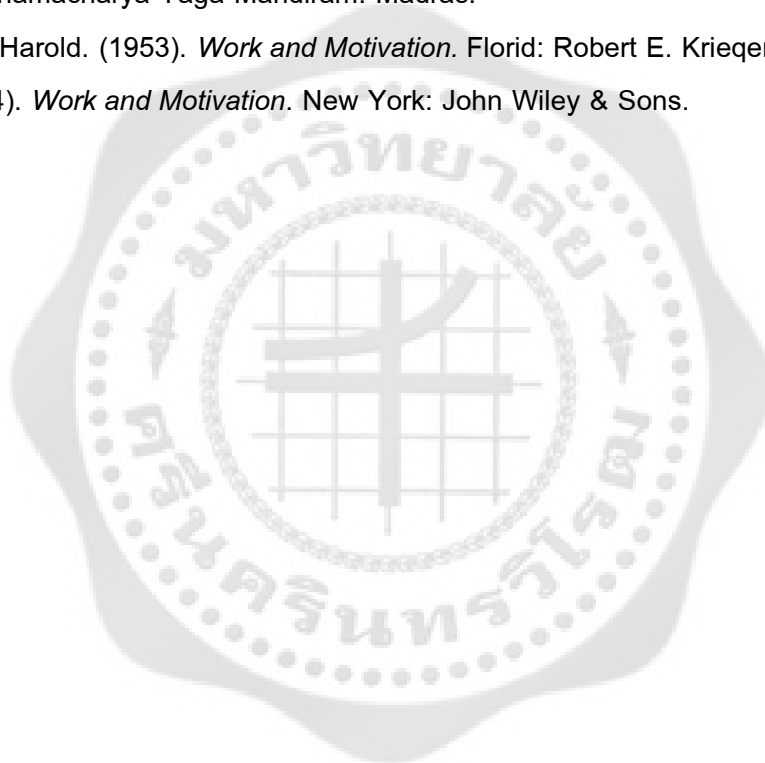
- กิตติชัย ประเจ็ดชัยวงศ์. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อการต่ออายุสมาชิกสถานบริหารร่างกายระบบสาขาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา ดำรงค์ศักดิ์. (2544). *การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริการ (กรณีศึกษา: โรงพยาบาลวิภาวดี)*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- (2545). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- (2546). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรฉิพา เรืองกล. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ ฟิตเนส โซไฮต์ กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ศศ.บ. (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- ชด หัศบำเรอ. (2516). *โยคะเพื่อความเป็นหนุ่ม-สาวตลอดกาล*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์
- ชนัญญา มหาพรหม. (2548). *โยคะรักษาสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: วารสารพยาบาลสวนดอก.
- ชื่นนภา อื้อศรีวงศ์. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย Super Health Fitness จังหวัดนครราชสีมา*. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์; และณรงค์ เทียนส่ง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ณัฐวัฒน์ ดนัยดุขฎีกุล; และคณะ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการฟิตเนส เซ็นเตอร์*. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การบัญชี). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐวดี เกษสมบุรณ์. (2549). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร.
- ทองหล่อ วงษ์ธรรม. (2535). *ปรัชญาอินเดีย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เทพพนม เมืองแมน; และสรวง สุวรรณ. (2540). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- เทียม กาญจนจारी. (2540). *หะระโยคะ วิธีรักษาสุขภาพแบบโยคะ*. กรุงเทพฯ: บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2515). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- (2537). *ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธรรมบุญ ดวงใจ. (2541). *โยคะ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กำแก้ว.
- ธานี ตะกรุดทอง. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการจัดกิจกรรมการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- นราศรี ไหววานิชกุล; และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2545). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นเรศรัฐ กมลสุทธิ; และคณะ. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม. ถ่ายเอกสาร.
- นวลศรี ม่วงศิริ, ปทุมมา บุพพะกลีกร; และจารุณี เรียวสงวนวงศ์. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการศูนย์สุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นลินี ชันทีวิทย. (2547). *ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานบริการร่างกายในอาคารไอเอฟที ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นิภาพร รุ่งสว่าง. (2551). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของคอลลาเจน*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน. (2537). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์
- พรทิพย์ วรกิจโภคธร. (2529). *การเลือกซื้อเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนิดา พนิตธารัง. (2547). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2537). *แนวคิดและการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการบริการสาธารณสุข*. กรุงเทพฯ: วารสารหมออนามัย. 23(3): 150-152.

- พัชรวิรัช วัฒนปรีชากุล. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อบริการของศูนย์ออกกำลังกายเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- พระ จิระโสภณ. (2539). แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสาร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัฒนา เทวนิยมพันธ์ม. (2550). กลยุทธ์การตั้งราคาพิตเนส. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ละอองทราย โกมลมาลย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.บ. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- วศินี ทนพลกรัง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะและมวยไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการสาระและการสร้างคุณค่า). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- วสี ศรีชลาคม. (2547). การศึกษาประสบการณ์ทางกายและจิตใจของผู้ฝึกปฏิบัติหฐะโยคะ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วีรวัฒน์ ตันกำเนต. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้สถานบริการออกกำลังกายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สถาบันโยคะวิชาการ. (2548). เอกสารประกอบโยคะ การฝึกทำทุกวัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2558, จาก <http://www.thaiyogainstitute.com>.
- สรสิทธิ์ ไชยสิทธิ์. (2550). โยคะเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ: เอ็ม ไอเอส ซอฟท์เทค.
- สุกัญญา ดอกพุ่ม. (2546). ทศนคติของผู้ที่นิยมออกกำลังกายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสถานบริหารร่างกาย (Fitness Center). สารนิพนธ์ บธ.บ. (คณะบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร. ถ่ายเอกสาร.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2541) หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดยงพลเทรดดิ้ง.
- สงัด วาระวรรณ. (2534). การบริหารแบบโยคะ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สุนีย์ ยุวจิตติ. (2531). โยคะเพื่อพลั้กายและพลั้จิต. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- (2549). โยคะพิชิตโรค. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (บริหารการศึกษา). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

- ศิริวิทย์ จันทรมิต (2556). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สนามกีฬาองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่. สารนิพนธ์ ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริพร สุประภาส. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์วัฒนา.
- (2543). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- อดิสรณ์ ธนชัยทวีโชติ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉรา บุปผามาลา. (2538). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมพรหมไทย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัมพร เจริญชัย. (2536). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการของโรงพยาบาล จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สังคมการแพทย์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- เอกไชย พรรณเชษฐ์. (2531). ประทีปแห่งโยคะคู่มือการปฏิบัติด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโกลมคิตทอง.
- Aday, L.A.; & Andersen, R. (1975). *Development of Induce of Access to Medical Care*. Michigan Ann Arbor: Heath Administration Press.
- Chanika Techapairat. (2007). *Why do Bangkokians visit fitness centers: A study of two fitness center in Bangkok*. Unpublished mester's research paper. Bangkok: Thammasat University
- Defleur, M. (1996). *Theories of Mass Communication*. 5th ed. New York: Longman.
- Ernest, Ilgen. (1980). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Etzel, Walker; & Stanton. (1997). *Marketing*. 12th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Hewitt, James. (1990). *The Complete Yoga Book*. London: Rider.
- Hartung, Joachim. (2001). Testing for Homogeneity in combining of two-armed trials with normally distributed reponse. *The Indian Journal of statisties*. Sankhya. Volume 63: 293-310.
- Keppel, Geoffrey. (1982). *Desingnand and Analysis A. Researcher's Handbook*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Mary Kay Chryssicas. (2007). *Breathe yoga for teens*. New York: DK Publishing.
- Millet, J.D. (1954). Management in the public service from an economics of information Perspective. *Journal of Health care Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Porter & Et Al. (1968). *Managerial Attitudes and Performance*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Thomas, J.O.; & Earl, S.W. (1995). Why Satisfied Customer Defect. *Harvard Business Review*. 73(6): 88-89.
- T.K.V. Desikachar. (1995). *The Heart of Yoga: Developing a Personal Practice*. Krishnamacharya Yaga Mandiram: Madras.
- Vroom, Victor Harold. (1953). *Work and Motivation*. Florid: Robert E. Krieger.
- , (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & Sons.







ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่ององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะเพศหญิง
ที่ศูนย์ออกกำลังกาย ปิยะ โยคะ ในจังหวัดสมุทรปราการ

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามชุดนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำมาใช้ประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เท่านั้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีผลต่อผู้เรียนโยคะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ เพียงข้อเดียวที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อที่ 1. อายุ

- ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี
- ☐ 2. 19 - 28 ปี
- ☐ 3. 29 - 38 ปี
- ☐ 4. 39 - 48 ปี
- ☐ 5. 49 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 2. สถานภาพสมรส

- ☐ 1. โสด
- ☐ 2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
- ☐ 3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

ข้อที่ 3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ 2. ปริญญาตรี
- ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4. อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา
- ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง
- ☐ 3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
- ☐ 5. รับจ้างทั่วไป
- ☐ 6. พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- ☐ 7.ว่างงาน / ยังไม่ได้ทำงาน
- ☐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- ☐ 2. 15,001 – 20,000 บาท
- ☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 4. 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 5. 40,001 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ผลิตภัณฑ์หลัก					
1. การเรียนโยคะช่วยบำบัดโรคทั่วไปหรือ อาการบาดเจ็บที่ร่างกายเป็นอยู่ได้					
2. การเรียนโยคะทำให้กล้ามเนื้อของร่างกาย มีความยืดหยุ่นมากขึ้น					
3. การเรียนโยคะมีส่วนสำคัญในการพัฒนา สมาธิ					
รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์					
1. การเรียนโยคะที่มีความหลากหลายเป็น ผลดีต่อร่างกาย					
2. การตกแต่งและความสะอาดของสถานที่ เรียนมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเรียนโยคะ					
3. ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนโยคะมี ความสำคัญต่อความมุ่งมั่นในการเรียนโยคะ					
ผลิตภัณฑ์คาดหวัง					
1. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะทำให้ท่านมีความ ผ่อนคลายจากความเครียด					
2. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะมีส่วนช่วยพัฒนา บุคลิกภาพ					
3. ท่านคิดว่าการเรียนโยคะจะทำให้ท่านมี ร่างกายที่แข็งแรง					
ผลิตภัณฑ์ควบ					
1. ครูผู้สอนโยคะให้ความสนใจและให้ คำแนะนำแก่ผู้เรียนทุกคนอย่างทั่วถึง					
2. โรงเรียนสอนโยคะมีสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับผู้เรียน เช่น ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ที่นั้ร่อ					

ความคิดเห็นที่มีต่อ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ผลิตภัณฑ์ควบ (ต่อ)					
3. โรงเรียนสอนโยคะมีการทดลองให้เรียน โยคะก่อนตัดสินใจสมัครสมาชิก					
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์					
1. การเรียนโยคะสามารถช่วยบำบัดโรค ร้ายแรงได้ เช่น มะเร็งปากมดลูก					
2. การเรียนโยคะช่วยให้ท่านมีสังคมใหม่					
3. ท่านคิดว่าโยคะจะเป็นศาสตร์พื้นฐานที่ นักกีฬาทุกคนควรมี					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีผลต่อผู้เรียนโยคะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจของผู้เรียนโยคะ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. การเรียนโยคะทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย					
2. การเรียนโยคะทำให้ท่านมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น					
3. การเรียนโยคะทำให้ท่านมีร่างกายที่แข็งแรงมากขึ้น					
4. การเรียนโยคะเมื่อเทียบกับการคาดหวังของท่าน					



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่ง/สังกัด

1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา
รองประธานกรรมการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์
คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว พัชรมณต์ สุทธิกุล
วันเดือนปีเกิด	22 พฤษภาคม 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรปราการ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	18 ซอยคลองตะเคียนฝั่งตะวันตก ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนสตรีสมุทรปราการ
พ.ศ. 2554	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จาก มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2560	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ