

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการให้ระดับความสำคัญของ ผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ปกครองที่เกี่ยวกับ การดำเนินงานของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	53
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจ ของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน อายุ และอาชีพ	56
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	152
สรุปผลการศึกษา	152
อภิปรายผล	157
ข้อค้นพบ	166
ข้อเสนอแนะ	168
ข้อจำกัดในการศึกษา และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	172
บรรณานุกรม	173
ภาคผนวก	174
ภาคผนวก ก	175
ภาคผนวก ข	177
ภาคผนวก ค	184
ประวัติผู้เขียน	185

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงขนาดตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม	11
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้นเรียน	15
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	16
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	19
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22
10 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	24
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	26
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	28
13 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	30
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	31
16 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	32
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	33
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	35
19 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	37
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	38
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	40
22 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทาง ภายนอกของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	43
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทาง ภายนอกของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	45
25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทาง ภายนอกของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	47
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	48
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	50
28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	52
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	53
30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา และ ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการดำเนินงาน ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	54
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	56
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	59
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	61
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	62
36 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	63
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	64
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	65
39 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	66
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	67
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วน การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	69
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	71
44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	72
45 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	73
46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	75
47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	76
48 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของ นักเรียน	78
49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	81
51 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียน	82
52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	84
53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	86
54 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	88
55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	90
56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	91
57 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	92
58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	95
60 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	96
61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	97
62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	98
63 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	99
64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	101
65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	102
66 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	103
67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	107
69 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	109
70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	111
71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	113
72 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	115
73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	117
74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	119
75 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	121
76 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	125
78 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	126
79 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	128
80 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	129
81 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	130
82 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	131
83 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	132
84 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	134
85 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
86 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงานของ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	138
87 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล หรือพนักงาน ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	139
88 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	141
89 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	143
90 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	145
91 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	147
92 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	149
93 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	150
94 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป	155

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
95 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป	156
96 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการของ โรงเรียนสาริคมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย และทำการเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยการความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย	158