

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิดและทบทวนวรรณกรรม	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	4
ทบทวนวรรณกรรม	9
นิยามศัพท์	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากร	12
วิธีการรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชีในจังหวัดลำปาง	21

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ ในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชีในจังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	34
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	49
อภิปรายผลการศึกษา	54
ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา	56
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ข้อมูลสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับปริญญาตรี สาขาบัญชี ในจังหวัดลำปาง	62
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม	93
ประวัติผู้เขียน	101

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานศึกษา	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักอาศัยปัจจุบัน	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสถาบัน การศึกษาที่สนใจศึกษาต่อ	20
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของการศึกษาต่อ	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	26
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	28
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การเลือกศึกษาต่อ	31

16	(ตารางสรุป ตารางที่ 9 ถึงตารางที่ 15) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง	33
17	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	34
18	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	36
19	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	37
20	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัว	39
21	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	41
22	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	43
23	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	45
24	(ตารางสรุปตารางที่ 17 ถึงตารางที่ 23) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของครอบครัว	47