

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	
ทฤษฎีและแนวคิด	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	14
การกำหนดขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	14
วิธีการศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	17
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	22

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

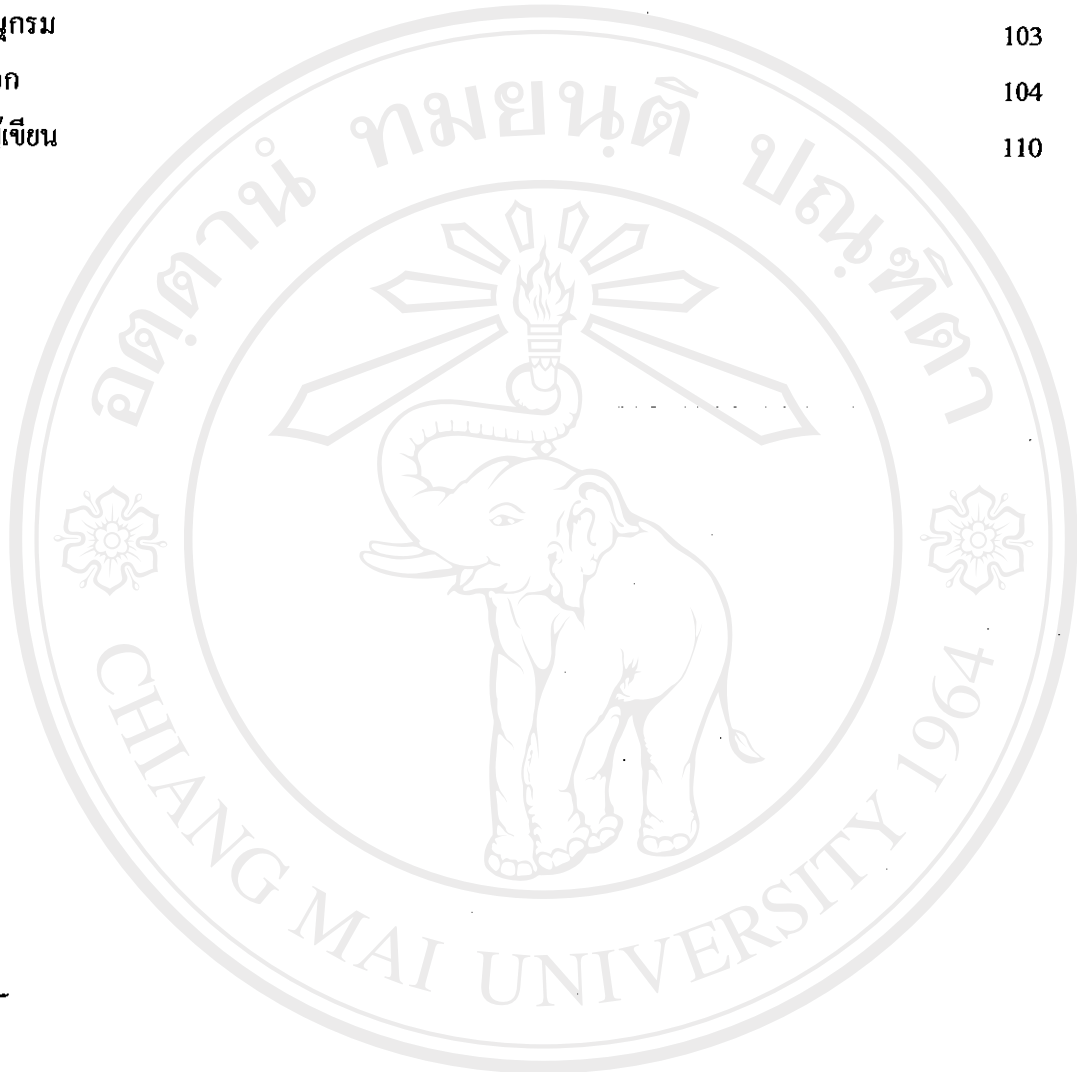
ส่วนที่ 3	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	
3.1	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	34
3.2	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	45
3.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	59
3.4	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้ของครอบครัว	71
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการศึกษา	85
	อภิปรายผล	96
	ข้อค้นพบ	98
	ข้อเสนอแนะ	100
	ข้อจำกัดทางการวิจัย	102

ญ

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม  
ภาคผนวก  
ประวัติผู้เขียน

หน้า  
103  
104  
110



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของครอบครัว	22
8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	22
9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตร หลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	24
10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	26
11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	27
12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตร หลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	29

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13	30
แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	
14	32
แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	
15	33
แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	
16	34
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	
17	36
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	
18	37
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามเพศ	
19	38
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	
20	40
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคล จำแนกตามเพศ	
21	41
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	
22	43
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	
23	45
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	
24	47
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	
25	49
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามอายุ	
26	51
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	
27	53
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคล จำแนกตามอายุ	
28	55
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	
29	57
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	
30	59
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	
31	61
แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	63
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	64
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	66
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	67
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษา	69
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	71
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	73
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	75
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	77
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคล จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	79
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	81
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว	83
44	แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง จำแนกตามเพศ	87
45	แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง จำแนกตามอายุ	88

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
46	แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง จำแนกตามระดับการศึกษา	91
47	แสดงค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง จำแนกตามรายได้ของครอบครัว	93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved