

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีความชัดเจนของการแจ้งค่าบริการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีทางเข้าออกสะดวกและปลอดภัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีบริการตรวจสอบคุณภาพเด็กอย่างสม่ำเสมอ

ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ ควรมีผู้ดูแลเด็กที่ปฏิบัติงานด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ บริเวณสถานรับเลี้ยงเด็กควรมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นธรรมชาติ

ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงเป็นอันดับแรก คือ เด็กควรได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นตั้งแต่วันแรก

Independent Study Title Customers' Opinion Towards Service Marketing Mix of
Pre – school Nurseries in Amphoe Mueang Samut Sakhon

Author Ms. Orrachat Thaweesuk

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor
Associate Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study customer opinion towards service marketing mix of pre – school nurseries in Amphoe Mueang Samut Sakhon . The data was collected from 170 samples using questionnaire. The data was analyzed by descriptive statistics namely frequency, percentage, mean and standard deviation.

Most respondents were female and mothers of children in pre-school nursery married and lived with husband and children. Their age was 26-35 years and their education was lower than Bachelor's degree. They worked as private employees and the average monthly income was not more than 20,000 bath. The number of children under their care was 1 and the number of children who went to pre-school nursery was 1, aged between 2-3 years. The children went to pre –school nursery on weekdays during 7:00-18:00. The service fee was 501-1,000 bath per child per month.

The service marketing mix factors of pre-school nurseries which were rated at the highest level were people and service process. Service product, place, physical evidence, price and promotion were rated at the high level, respectively.

For service product, the respondents agreed at the high level. The sub-factor of service product which received the highest rating of agreement was that pre-school nurseries should have children trained for everyday routine activities.

For price, the respondents agreed at the high level in average. The sub-factor of price which received the highest level of agreement was that the nursery should have clear service fee information.

For place, the respondents agreed at the high level in average. The sub-factor of place which received the highest level of agreement was that the nursery should have a convenient and safe entrance.

For promotion, the respondents agreed at the high level in average. The sub-factor of promotion which received the highest level of agreement was that the nursery should have a regular health check-up for pre-school children.

For people, the respondents agreed at the highest level in average. The sub-factor of people which received the highest level of agreement was that the babysitters should be kind and friendly.

For physical evidence, the respondents agreed at the high level in average. The sub-factor of physical evidence which received the highest level of agreement was that the nursery should be spacious, beautiful and natural.

For service process, the respondents agreed at the highest level in average. The sub-factor of service process which received the highest level of agreement was the children should receive warm welcome from the first arrival date.