

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาว จิราภรณ์ ในฝัน

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าคว่ำแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพฤษย์	ประธานกรรมการ
อาจารย์นันทนา คำนวน	กรรมการ
อาจารย์วรรณัย สายประเสริฐ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ 5 แห่ง จำนวน 244 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนนานาชาติของผู้ปกครองนักเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง และ วัฒนธรรม

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Selection of International Schools of Parents in Chiang Mai Province		
<b>Author</b>	Miss Jirakorn Naifun		
<b>M.B.A.</b>			
<b>Examining Committee</b>	Associate Professor Krisana Ratanapruck	Chairman	
	Lecturer Nantana Kumnuan	Member	
	Lecturer Wanlanai Saiprasert	Member	

### ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the factors affecting the selection of international schools of parents in Chiang Mai Province.

A sample of 244 parents was selected from 5 international schools in Chiang Mai Province, and questionnaires were used for data collection. The collected data were analyzed by using the statistics: frequency, percentage and mean.

The finding indicated that the services marketing mix factors affecting the respondents in the level of high importance were people, process, product and physical evidence. However, the respondents gave a rating of moderate importance to place, price and promotion.

The external factors that the respondents gave a rating of high importance were technology and economics, while a level of moderate importance was given to politics and culture.