

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. แบบสอบถามฉบับนี้สำหรับผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนอนุบาล
2. แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบปัจจัยในการเลือกโรงเรียนอนุบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร คำตอบที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลในภาพรวมและไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแต่ประการใด
3. แบบสอบถามนี้มี 3 ตอน คือ
ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกโรงเรียนอนุบาล
ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการเลือกโรงเรียนอนุบาล

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม
จึงขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงในหน้าข้อความที่ตรงกับสถานภาพของท่าน
1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
 2. อายุ

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 26 ปี	<input type="checkbox"/> 26-35 ปี
<input type="checkbox"/> 36-45 ปี	<input type="checkbox"/> 46 ปี ขึ้นไป
 3. อาชีพ

<input type="checkbox"/> รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
 4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
 5. สถานภาพทางครอบครัว

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> อื่นๆ
 6. รายได้ของครอบครัว (โดยประมาณ) ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกโรงเรียนอนุบาล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความคำถามแต่ละข้อ แล้วกรูณาเขียนเครื่องหมาย ลงในช่องที่แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจของท่านในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนมากน้อยเพียงใด ซึ่งแต่ละช่องมีความหมายดังนี้

- 5 หมายความว่า มีความสำคัญมากที่สุด
 4 หมายความว่า มีความสำคัญมาก
 3 หมายความว่า มีความสำคัญปานกลาง
 2 หมายความว่า มีความสำคัญน้อย
 1 หมายความว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด

ข้อ	ปัจจัยทางการตลาดของโรงเรียน	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1	โรงเรียนมีชื่อเสียงที่ดีและประวัติยาวนาน					
2	โรงเรียนจัดประสบการณ์และกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้เด็กมีพัฒนาการทุกด้านอย่างสมดุลและสอดคล้องกับหลักสูตร					
3	โรงเรียนมีการพัฒนาการจัดการศึกษา เช่น ภาษาอังกฤษ คอมพิวเตอร์ และการบริการต่างๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
4	โรงเรียนจัดบริการและสวัสดิการต่างๆ เช่น กีฬา ดนตรี แก่เด็กเพื่อส่งเสริมพัฒนาการทั้งร่างกาย และจิตใจได้อย่างเหมาะสม					
5	โรงเรียนมีชั้นประถมให้เรียนต่อ					
ปัจจัยด้านราคา						
6	โรงเรียนกำหนด ค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าบริการต่าง ๆ โดยคำนึงถึงคุณภาพและบริการ					

ข้อ	ปัจจัยทางการตลาดของโรงเรียน	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
7	โรงเรียนผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่างๆ ให้แก่ผู้ปกครองที่มีความจำเป็นหรือได้รับความเดือดร้อนทางการเงิน					
8	โรงเรียนให้ระยะเวลาในการชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่างๆ แก่ผู้ปกครอง					
9	โรงเรียนเก็บค่าธรรมเนียมการเรียนและค่าบริการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม					
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ						
10	สถานที่กว้างขวาง และบริเวณสวยงามเหมาะสมสำหรับเป็นสถานศึกษา					
11	สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในแหล่งชุมชน					
12	สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในบริเวณที่การคมนาคมเป็นไปด้วยความสะดวก					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						
13	ผู้บริหารหรือบุคลากรของโรงเรียนได้พูดคุย/อุ้งใจ เป็นการส่วนตัวเพื่อให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน					
14	ผู้บริหารโรงเรียนส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างตนเองหรือบุคลากรของโรงเรียนกับองค์กรต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการแนะนำ / ชักจูง ให้ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน					
15	โรงเรียนมีทุนการศึกษาให้นักเรียน					
16	โรงเรียนจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดการศึกษา และกิจกรรมของโรงเรียนอย่างหลากหลาย เช่น ป้ายโฆษณา สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					

ข้อ	ปัจจัยทางการตลาดของโรงเรียน	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านบุคคล						
17	ผู้บริหารโรงเรียนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ					
18	ผู้บริหารโรงเรียนมีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ และ ความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จในการทำงาน					
19	ครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ และคุณธรรมเหมาะสมกับ อาชีพครู					
20	บุคลากรของโรงเรียนได้ให้คำแนะนำ / เชิญชวนในการส่ง บุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียน					
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ						
21	จำนวนชั้นของอาคารเรียนเหมาะสมกับความปลอดภัยของ เด็กนักเรียน					
22	โรงเรียนนำอุปกรณ์หรือสื่อเทคโนโลยี มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เด็กและผู้ปกครอง เช่น วีดี โอ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น					
23	โรงเรียนจัดให้มีสนามเด็กเล่นเหมาะสมกับวัยของนักเรียน					
24	ห้องเรียนสะอาด มีบรรยากาศเหมาะสมแก่การเรียน					
25	มีสถานที่จอดรถรับส่งนักเรียนที่สะดวกและปลอดภัย					
26	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในสถานศึกษา					
ปัจจัยด้านกระบวนการ						
27	ระบบงานบริการของโรงเรียนมีความสะดวกรวดเร็วเมื่อ ผู้ปกครอง ไปติดต่อกับโรงเรียน					
28	โรงเรียนมีการจัดบริการรับ-ส่งเด็ก อย่างเพียงพอ					
29	โรงเรียนจัดบริการด้านการจราจรเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ เด็กและผู้ปกครอง					

ข้อ	ปัจจัยทางการตลาดของโรงเรียน	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
30	โรงเรียนมีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย					
31	โรงเรียนส่งเสริมให้พัฒนาการทางด้าน ร่างกาย อารมณ์ - จิตใจ สังคม และ สติปัญญา ของเด็กปรากฏเด่นชัดตาม คุณลักษณะที่พึงประสงค์					

ตอนที่ 3

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชน

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางอิชญา คำนึ่งวุฒิ
วัน เดือน ปีเกิด	23 ตุลาคม 2516
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาโทศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2538 เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ชินวัตรเพจจิ้ง จำกัด พ.ศ.2545 กรรมการบริหาร บริษัท แอ็ดวานซ์ อินเทอร์เน็ต แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved