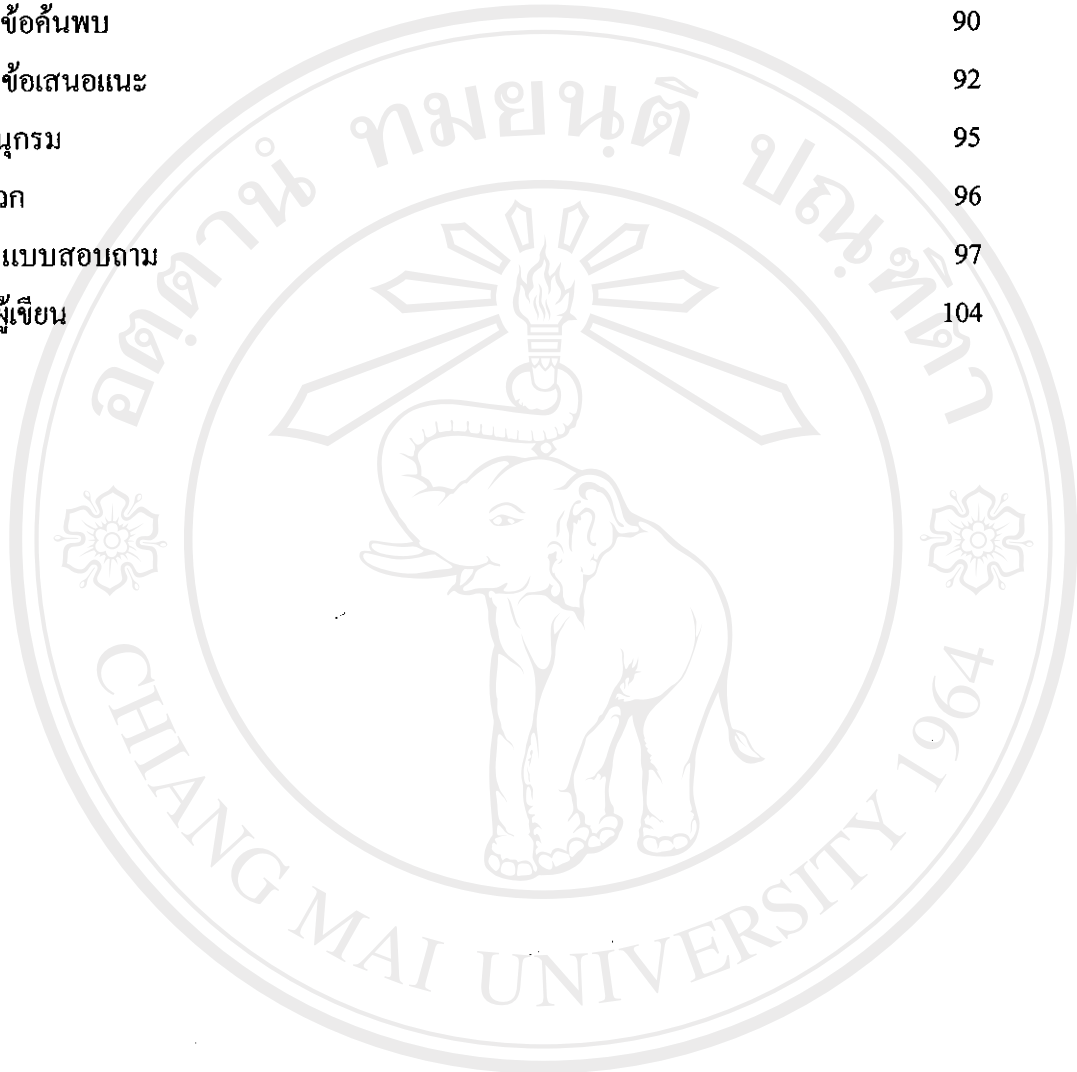


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ	4
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	24
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชา	36
จำแนกตามเพศ ระดับชั้นที่กำลังศึกษาและแผนการศึกษา	
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	75

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผล	87
ข้อค้นพบ	90
ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวก	96
แบบสอบถาม	97
ประวัติผู้เขียน	104



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	10
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับชั้นที่กำลังศึกษา	14
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนกที่ศึกษา	15
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	15
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโรงเรียนกวดวิชาที่เคยเรียน	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิชาที่เลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่เรียน	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่เรียนกวดวิชา	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าเรียนกวดวิชา	20
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในโรงเรียนกวดวิชา	21
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจโรงเรียนกวดวิชา	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจุดประสงค์ที่เรียนในโรงเรียนกวดวิชา	23
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24

17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่	27
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	30
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	32
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	33
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	36
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคาจำแนกตามเพศ	38
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จำแนกตามเพศ	39
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ	41
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านบุคลากรจำแนกตามเพศ	43
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพจำแนกตามเพศ	45
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านกระบวนการจำแนกตามเพศ	46

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory	5
2	แสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ	6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved