อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางสังคม ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน ของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อรพรรณ หมั่นเขตกิจ[1]

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ลัดดาวัลย์ สำราญ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รับต้นฉบับ: 29 พฤศจิกายน 2560 รับตีพิมพ์: 14 มีนาคม 2561

บทความวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางสังคมที่ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane จำนวน 251 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจได้ร้อยละ 58.30 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.76 ส่วนปัจจัยทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจได้ร้อยละ 61.70 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.79 ซึ่งปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากกว่าอิทธิพลจากส่วนประสมทางการตลาด

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยทางสังคม การตัดสินใจ

[1]การติดต่อและการร้องขอบทความนี้ กรุณาส่งถึง อรพรรณ หมั่นเขตกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ E-mail : ouy.olive@gmail.com DOI: 10.14456/edupsru.2018.20

Service Marketing Mix and Social Factors Influencing the Parents' Decision to Select the Pre-school Children Nursery in Ayutthaya

Oraphan Mankhetgit [1]

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Laddawan Someran

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Received: 29 November 2017 Accepted: 14 March 2018 **Research Article**

The purpose of this research was to study service marketing mix and social factors influencing the parent's decision to select the pre-school children nursery in Ayutthaya. The population was based on the number of parents who select the pre-school children nursery in Ayutthaya. The samples of this research calculated by using Taro Yamane's formula were 251. The research instrument was questionnaire. The data were analyzed by using statistic program. Statistics for data analysis were arithmetic mean and standard deviation. Statistics for hypothesis testing was multiple regression analysis, with the statistically significant at the level of 0.05.

The research results showed that the opinion of parents for marketing mix and social factors influencing was in highest level, The hypothesis test result showed that the service marketing mix influenced the parent's decision to select the pre-school children nursery in Ayutthaya with the statistically significant at the level of 0.05. The parent's decision to select the pre-school children nursery was the statistically significant at the percentage of 58.30 for prediction and multiple regressions showed 0.76. The social factors which were more influencing the parent's decision to select the pre-school children nursery in Ayutthaya with the statistically significant at the level of 0.05. The parent's decision to select the pre-school children nursery was the statistically significant at the percentage of 61.70 for prediction and multiple regressions showed 0.79

Keywords: Marketing mix, Social factors, Decision

[1]Correspondence concerning this article and requests for reprints should be addressed to Oraphan Mankhetgit Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi E-mail : ouy.olive@gmail.com

บทนำ

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของโลกเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ได้ส่งผลกระทบระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม แม้กระทั่งสังคมไทยก็มีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะรูปแบบการใช้ชีวิต เช่น ลักษณะของครอบครัว จากอดีตจะอยู่กันในลักษณะครอบครัวใหญ่ ซึ่งอาจจะประกอบไปด้วย พ่อ แม่ พี่ น้อง ปู่ย่า หรือ ตายาย เปลี่ยนไปเป็นครอบครัวเล็กหรือครอบครัวเดี่ยว โดยแยกตัวออกมาจากครอบครัวใหญ่ อาศัยอยู่กันเพียงพ่อแม่และลูก ๆ และการกระจายตัวของประชากรก็จะอาศัยอยู่ตามเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ นครราชสีมา และในจังหวัดที่มีแหล่งอุตสาหกรรมต่าง ๆ (สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล, 2554) ซึ่งปัจจุบันลักษณะของครอบครัวในประเทศไทยเป็นครอบครัวเดี่ยวถึง ร้อยละ 53.90 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551) และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นจึงส่งผลทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของครอบครัวแตกต่างไปจากอดีตที่ผ่านมา มีการใช้ชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ การแข่งขันสูงและรายจ่ายในบ้านเพิ่มสูงขึ้น ผู้หญิงต้องออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น เมื่อมีลูกก็ไม่มีคนช่วยเลี้ยงลูก ทำให้คุณแม่มือใหม่ที่ผ่านการคลอดลูกมาหมาด ๆ เป็นคนเลี้ยงลูกน้อยตามลำพังอยู่ในบ้านนั้นเป็นเรื่องที่ยากลำบากอย่างยิ่งและความลำบากจะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นของคุณแม่ชาวอังกฤษที่มีลูกน้อยอายุไม่เกิน 1 ขวบ จำนวน 516 คน พบว่า ร้อยละ 57 รู้สึกว้าเหว่ โดดเดี่ยวอย่างมากขณะที่อีกร้อยละ 40 ของคุณแม่ยอมรับว่า การดูแลลูกน้อยแรกคลอดนั้นเป็นเรื่องยากถึงยากมาก ส่งผลให้คุณแม่มือใหม่ต้องมองหาผู้ช่วยในการเลี้ยงดูลูกน้อย เช่น พี่เลี้ยงเด็กตามบ้าน ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนบ้าน มาช่วยดูแลลูกระหว่างวันทำงาน ทำให้มีผู้ปกครองจำนวนไม่น้อยที่ต้องเจอปัญหาคนช่วยเลี้ยงลูกไม่ดี ทำร้ายร่างกายเด็ก ทารุณเด็ก แม้กระทั่งการขโมยทรัพย์สินภายในบ้านอีกด้วย ซึ่งนี้กลายเป็นปัญหาของครอบครัวเดี่ยวในการสรรหาคนที่ไว้ใจได้และสามารถเลี้ยงดูสั่งสอนลูกให้เจริญเติบโตเหมาะสมกับวัย

ดังนั้น สถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนจึงกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของครอบครัวที่ผู้ปกครองต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ไม่มีคนช่วยเลี้ยงดูบุตรระหว่างวันทำงาน และต้องการให้ลูกมีพัฒนาการที่สมวัย เนื่องจากสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนเป็นตัวเลือกที่ตอบโจทย์ของผู้ปกครองที่ไม่มีเวลาเลี้ยงดูลูกเอง อีกทั้งสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนยังตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองในการเตรียมความพร้อมและส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก ทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ จิตใจ สังคมและจริยธรรม ซึ่งจะทำให้เด็กเป็นผู้ที่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และเป็นรากฐานของบุคคลที่มีคุณภาพของสังคมและนำไปสู่การพัฒนาประเทศต่อไป ซึ่งการฝึกฝนและการอบรมเลี้ยงดูจะมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กก่อนวัยเรียนในช่วงอายุแรกเกิดถึง 3 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีอัตราการพัฒนาการ เรียนรู้สูง ถ้าหากก้าวแรกเริ่มต้นดีก็จะส่งผลถึงพัฒนาการและการดำเนินชีวิตไปเป็นผู้ใหญ่ที่ดีได้ในอนาคต อีกทั้งการเลือกสถานเลี้ยงเด็กที่ดีช่วยให้พ่อแม่คลายความวิตกกังวลเกี่ยวกับลูก มีสมาธิในการทำงาน ส่งผลทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น องค์การที่สังกัดก็มีการพัฒนาให้ก้าวหน้าต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

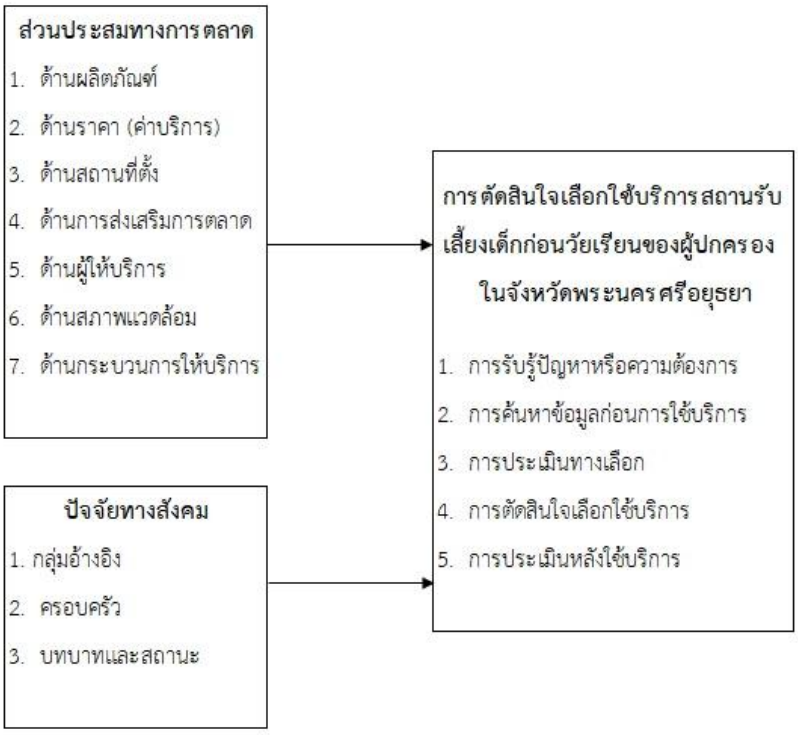
การเติบโตของธุรกิจบริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนนี้ยังเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตสูงจากความต้องการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2558 ประเทศไทยมีจำนวนประชากรเด็กตั้งแต่ช่วงอายุแรกเกิดถึง 5 ปี มีประมาณ 4.45 ล้านคน โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจนี้จะทำให้เกิดการลงทุนด้านต่าง ๆ เช่น สิ่งปลูกสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวก การจ้างงาน และอื่น ๆ ซึ่งส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทำให้ครอบครัวส่วนใหญ่เป็นครอบครัวเดี่ยว ดังนั้น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงเป็นจังหวัดที่มีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา รองจากกรุงเทพมหานคร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองในพื้นที่ ธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนแต่ละแห่งจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยทางสังคม ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนและตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน จากการศึกษาเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองมี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางสังคม ซึ่งสามารถได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ปกครองที่มีเด็กในความรับผิดชอบ ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนที่ได้รับใบอนุญาตของกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมจำนวน 670 คน (กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ, 2556)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองที่มีเด็กในความรับผิดชอบเรียนในสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 251 คน ได้มาจากการใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้เจ้าหน้าที่ดูแลเด็กแจกให้กับผู้ปกครองตามรายชื่อที่จับฉลากได้จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ตามทฤษฎีของ Philip Kotler (2012) จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา (ค่าบริการ) ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครอง ตามทฤษฎีของ Philip Kotler (1997) มีอยู่ 5 ขั้นตอน (Five-stage model of the consumer buying process) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ ความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิดโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับและลำดับที่ของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.49	0.60	มากที่สุด	1
2. ด้านราคา (ค่าบริการ)	3.76	0.83	มาก	7
3. ด้านสถานที่ตั้ง	4.18	0.56	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.60	มาก	5
5. ด้านผู้ให้บริการ	3.91	0.61	มาก	6
6. ด้านสภาพแวดล้อม	4.17	0.57	มาก	4
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.46	0.63	มากที่สุด	2
โดยรวม	4.35	0.67	มากที่สุด	

ผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ พบว่าผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผู้ให้บริการ และด้านราคา (ค่าบริการ) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคม	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. กลุ่มอ้างอิง	4.15	0.47	มาก	2
2. ครอบครัว	4.05	0.52	มาก	3
3. บทบาทและสถานะ	4.29	0.63	มากที่สุด	1
โดยรวม	4.24	0.54	มากที่สุด	

ผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นของปัจจัยทางสังคมในด้านต่าง ๆ พบว่าผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็น เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ บทบาทและสถานะ ด้านครอบครัว และด้านกลุ่มอ้างอิงอยู่ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นและลำดับที่ของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ	4.51	0.60	มากที่สุด	1
2. การค้นหาข้อมูลก่อนการใช้บริการ	4.21	0.58	มากที่สุด	5
3. การประเมินทางเลือก	4.31	0.58	มากที่สุด	4
4. การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.32	0.63	มากที่สุด	3
5. การประเมินหลังใช้บริการ	4.35	0.67	มากที่สุด	2
โดยรวม	4.34	0.52	มากที่สุด	

ผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ

พบว่าผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การประเมินหลังใช้บริการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ การประเมินทางเลือก และการค้นหาข้อมูลก่อนการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงได้ดังตาราง 4-5

ตาราง 4 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองโดยรวม

ตัวแปร	B	Std. E	Beta	t	Sig
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.259	0.052	0.312	4.944*	0.000
ด้านผู้ให้บริการ	0.232	0.046	0.274	5.060*	0.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.177	0.052	0.205	3.398*	0.001
ด้านผลิตภัณฑ์	0.142	0.054	0.164	2.628*	0.009
ค่าคงที่	0.922	0.187		4.923	0.000
F = 85.879*, Sig. = 0.000, R = 0.763, R^2 = 0.583, $R^2_{Adj.}$= 0.576, D – W = 1.851					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดมี 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนได้ร้อยละ 58.30

ตาราง 5 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองโดยรวม

ตัวแปร	B	Std. E	Beta	t	Sig
ด้านบทบาทและสถานะ	0.443	0.043	0.540	10.414*	0.000
ด้านกลุ่มอ้างอิง	0.318	0.052	0.320	6.161*	0.000
ค่าคงที่	1.109	0.167		6.660	0.000
F = 202.65*, Sig. = 0.00, R = 0.79, R^2 = 0.62, $R^2_{Adj.}$= 0.62, D – W = 1.82					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ พบว่าด้านบทบาทและสถานะ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้

บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนได้ร้อยละ 61.70 เมื่อพยากรณ์รวมกันทั้งสองปัจจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนได้ร้อยละ 69.60

อภิปรายผล

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองเห็นว่าสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามุ่งเน้นการเสริมสร้างพัฒนาการและจัดหลักสูตรที่เหมาะสมกับเด็กในแต่ละช่วงอายุ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรของสถานรับเลี้ยงเด็กให้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อที่จะได้ดูแลเด็กให้สามารถดูแลช่วยเหลือตนเองและพร้อมเรียนรู้ในระดับอนุบาลต่อไป สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพลอยปภัส เสนานุช (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์เด็กเล็กของผู้ปกครองในเขตอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และพบว่าในภาพรวมการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญสูงที่สุดในเรื่อง มีกิจกรรมในการเรียนรู้เหมาะสมกับวัยของเด็ก มีกิจกรรมสำหรับเด็กที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองต้องการให้เด็กเติบโตและพร้อมที่จะเข้ากับสังคมได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจันทนา สุวรรณดุก (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความต้องการของผู้ปกครองโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ปกครองให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลและด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับ หลักสูตรการเรียนการสอน กิจกรรมที่พัฒนาเด็กตลอดจนสื่อและอุปกรณ์ที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก รวมทั้งชื่อเสียงของโรงเรียน จะเห็นได้ว่าสถานรับเลี้ยงเด็กต้องมีการปรับปรุง พัฒนาเกี่ยวกับระดับมาตรฐานของสถานรับเลี้ยงเด็กอยู่ตลอด และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่พบว่า ผู้ปกครองมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ปกครองให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องเกี่ยวกับการมีชื่อเสียงของสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน ทั้งนี้สถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนจะมุ่งสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถานรับเลี้ยงเด็ก เพื่อดึงดูดให้ผู้ปกครองเลือกใช้บริการเนื่องจากผู้ปกครองรับทราบก่อนด้านอื่น ๆ

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านบทบาทและสถานะ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานเป็นที่ยอมรับจากสังคม โดยเลือกจากชื่อเสียงของสถานรับเลี้ยงเด็ก ต้องการให้บุตรหลานได้อยู่ในสิ่งแวดและสังคมที่ดีขึ้น ต้องการให้บุตรหลานได้รู้จักกับเพื่อนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจใกล้เคียงหรือดีกว่าเพื่อปูพื้นฐานทางสังคมให้บุตรหลานในอนาคตและต้องการให้บุตร

หลานอยู่ในสังคมที่ดี รวมถึงความคิดเห็นของคู่สมรสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธเนศ พงษ์มณี (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกเข้ารับบริการสปา กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลนครสวรรค์ พบว่า ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยระดับฐานะทางเศรษฐกิจมีส่วนในการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด จะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการต้องยกระดับงานบริการให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจากสังคม

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากกระบวนการตัดสินใจแต่ละขั้นตอนส่งผลโดยตรงต่อการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปราณี สีน้ำเงิน (2548) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการรับรู้ปัญหา เพื่อตอบสนองปัญหานั้น การแสวงหาข้อมูลจากการสอบถามจากคนรู้จัก การประเมินทางเลือกให้เหมาะสมกับการใช้งาน ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อต้องอาศัยระยะเวลาในการซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ มีความรู้สึกพอใจและแนะนำผู้อื่นต่ออยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ และผลงานวิจัยของชนิดา พัฒนกิตติวรกุล (2553) ที่พบว่า การตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการแสวงหาข้อมูลหรือคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อผู้ปกครองรับรู้ปัญหาและความต้องการของตนดีที่สุด จากปัญหาหรือความต้องการทำให้ผู้ปกครองแสวงหาทางแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของตน โดยการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกจากข้อมูลที่มี และทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้ผู้ปกครองจะตอบสนองความต้องการของตนจากทางเลือกที่เหมาะสมเสมอ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกฤษณลักษณ์ พูนสวัสดิ์ (2540) ที่พบว่า การตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นความรู้สึกหลังการซื้อหรือบริการหลังการขายอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ปกครองประทับใจการบริการก็ต่อเมื่อได้ใช้บริการไปแล้ว ถ้าการบริการดีและประทับใจผู้ปกครองจะแนะนำและชักชวนคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการ

4. เมื่อพิจารณาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครอง พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอย่างน้อย 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ และสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนได้ร้อยละ 58.30 ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานได้รับการดูแลที่มีคุณภาพ โดยเห็นจากระดับคุณภาพของสถานรับเลี้ยงเด็ก คุณภาพของผู้ให้บริการ การแจ้งข่าวสารให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการเรียน จัดหลักสูตรให้มีคุณภาพเพื่อให้เด็กได้มีพัฒนาการที่เติบโตสมวัย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพลอยปภัส เสนานุช (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกศูนย์เด็กเล็กของผู้ปกครองในเขต

อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และพบว่าในภาพรวมการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมของผู้ปกครอง พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับบรรยากาศของสถานรับเลี้ยงเด็ก ด้านผู้ให้บริการเกี่ยวกับความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการแจ้งข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง จันทนา สุวรรณดุก (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความต้องการของผู้ปกครองโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลและด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพมีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และผลงานวิจัยของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชื่อเสียงของสถานรับเลี้ยงเด็กและกระบวนการให้บริการเกี่ยวกับการพัฒนาเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเด็ก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง

5. เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครอง พบว่า ปัจจัยทางสังคมมีอย่างน้อย 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านบทบาทและสถานะและด้านกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง และสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนได้ร้อยละ 61.70 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธเนศ พงษ์มณี (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกเข้ารับบริการสปา กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลนครสวรรค์ และพบว่าในภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยบทบาทและสถานะทางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกเข้ารับบริการสปา ผลงานวิจัยของธารินี พัชรเจริญพงศ์ (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติ และพบว่าในภาพรวมการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยบทบาทและสถานะทางสังคม และผลงานวิจัยของประภาส สุพรรณดี (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าในภาพรวมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือเพื่อนและคนรอบข้าง ทั้งนี้เนื่องมาจากความใกล้ชิดทำให้เกิดการชักชวนและแนะนำให้เลือกใช้บริการนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการต้องเลือกเกณฑ์ประเมินที่เป็นที่ยอมรับในรับระดับสากลและสร้างมาตรฐานของสถานรับเลี้ยงเด็กให้ยกระดับสูงขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไป

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการสื่อสารเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งการบันทึกพฤติกรรมของเด็กแต่ละคน ผู้ปกครองต้องการทราบชีวิตความเป็นอยู่ของบุตรหลาน สถาน

รับเลี้ยงเด็กควรมีการรายงานกิจกรรมต่าง ๆ และการจดบันทึกประจำวันผ่านทาง social network ให้มากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและใช้ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก

3. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องใช้สื่อการเรียนให้เหมาะสมกับพัฒนาการของเด็ก เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้อย่างหลากหลายโดยเน้นกิจกรรมที่เสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านสังคม ด้านอารมณ์ และด้านสติปัญญา

4. ด้านราคา (ค่าบริการ) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องลดราคาค่าบริการฝากเลี้ยงหลังเวลาทำการและค่าอุปกรณ์สื่อการเรียน โดยใช้งบประมาณจากการสื่อสารที่ลดลง และผู้ประกอบการควรศึกษาดูจากการกำหนดราคาค่าบริการจากสถานรับเลี้ยงเด็กอื่นเพื่อนำมากำหนดอัตราการบริการให้เหมาะสม

5. ด้านผู้ให้บริการ ผู้ประกอบต้องพัฒนาและฝึกฝนให้ผู้ให้บริการมีความเป็นอาชีพ รวมถึงบุคลิกภาพและการแสดงออกต่อเด็กและต่อผู้ปกครอง

6. ด้านบทบาทและสถานะ ผู้ประกอบการต้องรักษามาตรฐานและเพิ่มมาตรฐานของสถานรับเลี้ยงเด็กให้เป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไป

7. ด้านกลุ่มอ้างอิง ผู้ประกอบการต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ปกครองที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กต้องร่วมมือรับผิดชอบในการพัฒนาการเด็กให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อให้ผู้ปกครองพึงพอใจในบริการและพร้อมที่จะแนะนำให้เพื่อนและคนที่รู้จักมาเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก

เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ พิชญานุพงศ์. (2540). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการจัดการ) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

กฤษณลักษณ์ พูนสวัสดิ์. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2556) *ข้อมูลสถานรับเลี้ยงเด็ก.* พระนครศรีอยุธยา.

กันต์กนิษฐ เพชรกุล. (2551). *การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลปากน้ำหลังสวน จังหวัดชุมพร.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

กันต์กวี ภูคำวงษ์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครองในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จันทนา สุวรรณดุก. (2552). *“ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่.* กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์,

ชนิดา พัฒนกิตติวรกุล. (2553). *E-word of mouth มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต กรศึกษา E-marketplace ในประเทศไทย.* การค้นคว้าอิสระปริญญา วท.ม. (สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธเนศ พงษ์มณี. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกเข้ารับบริการสปา กรณีศึกษา ประชาชนในเขตเทศบาลนครสวรรค์.* วิทยานิพนธ์ ศ.ม. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ธารินี พัชรเจริญพงศ์. (2554). *ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาเอกการตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต. (2552*). กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สาขาวิชาการบริการการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ประภาส สุพรรณดี. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร) มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปราณี สีน้ำเงิน. (2548). *กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาการจัดการตลาด) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เปรมรุ่ง วงศ์อนัน. (2551). *ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ารับการดูแลในสถานศึกษาเด็กเล็กเอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง* วิทยานิพนธ์ ค.ม. (สาขาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

พลอยปภัส เสนานุช. (2557). *ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกเนิร์สเซอรี่ของผู้ปกครองในเขตอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ศรีไพล อิ่มสำราญ. (2554). *รายงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อคอนแทคเลนส์สีบิ๊กอายของนักเรียน นักศึกษาหญิงวิทยาลัยพณิชยการเชตุพน.* การค้นคว้าอิสระปริญญา บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล. (2554*). แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ส่วนที่ 1”* **[ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2554. http://www.nicfd.cf.mahidol.ac.th/th/index.php/2012-01-12-09-00-46,**

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *โครงสร้างของครัวเรือน อัตราการจดทะเบียนสมรส และอัตราการจดทะเบียนการหย่า พ.ศ. 2523 -2556* (ปรับปรุงข้อมูล ณ 23 มกราคม 2558).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *“เครื่องใช้วัดภาวะสังคมไทยที่สำคัญ พ.ศ. 2554”* กรุงเทพฯ: สำนักสถิติพยากรณ์ ตีพิมพ์เมื่อ พ.ศ. 2554.

Kotler, P. (1997). Marketing Management : Analysis, Planning Implementation and Control 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company. Upper Saddle River, N J: Prentice Hall.

-------. (2012). “Marketing Management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller 14th ed. Upper Saddle River, N J: Prentice Hall.