

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวปวีณา วงศ์วุฒิ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.สมพิศ ทองปาน
วันที่อนุมัติผลงาน	27 พฤษภาคม 2553
จำนวนหน้า	71 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งยังศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) จำนวน 342 ตัวอย่างจากผู้ปกครองที่มีบุตรหลานใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กก่อนวัยเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 25 แห่ง งานวิจัยครั้งนี้มีการใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31–40 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001–30,000 บาท อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนและมีลักษณะครอบครัวแบบครอบครัวเดี่ยว (พ่อ แม่ ลูก)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบิดาหรือมารดาของเด็ก มีความคาดหวังด้านพัฒนาของเด็กในด้านอารมณ์และจิตใจมากที่สุด สำหรับสาเหตุที่ใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก เพราะให้เด็กมีพัฒนาการที่ดี ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก คือคู่สมรส บุตรหลานที่เริ่มเข้าใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก มีอายุระหว่าง 2 – 3 ปี ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานรับเลี้ยงเด็กจากเพื่อน/ญาติ มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่พัก มีการพิจารณาสถานรับเลี้ยงเด็กหลายแห่งก่อนตัดสินใจเลือกสถานรับเลี้ยงเด็ก เหตุผลที่เลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเพราะใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ลักษณะการให้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก โดยฝากเป็นประจำในช่วงเวลาทำงาน มีค่าบริการจำนวน 2,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ตามลำดับ และยังให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีคุณภาพ ซึ่งบุคลากรที่มีหน้าที่ดูแลเด็กควรแสดงกริยาท่าทางอย่างเหมาะสม ควรมีความรู้และประสบการณ์ด้านปฐมวัยโดยตรงและควรผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่กระทรวงกำหนด สำหรับสถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการดูแลเด็กทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต โดยมีการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม เช่น มีการตรวจสุขภาพ จัดกิจกรรมเสริมทักษะ หรือจัดกิจกรรมที่ผู้ปกครองสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ ทางด้านอาคารและสถานที่ ควรมีการแบ่งแยกสัดส่วนของสถานที่ต่างๆ ให้ถูกสุขลักษณะ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความสะอาดและปลอดภัย เหมาะสมสำหรับเด็กและที่สำคัญควรมีอาหารหลักและอาหารเสริมที่มีคุณค่าตามหลักโภชนาการ รวมทั้งสื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กต่อไป