

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ .....	ซ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ด
บทที่	
1    บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย .....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2    เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
ความหมายและความสำคัญของสถานเลี้ยงเด็กในประเทศไทย.....	8
ความรู้เกี่ยวกับสถานรับเลี้ยงเด็ก.....	10
ความหมายและความสำคัญของสถานเลี้ยงเด็ก.....	10
จุดมุ่งหมายของการจัดการศึกษาปฐมวัย.....	11
การบริหารจัดการสถานรับเลี้ยงเด็ก.....	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ .....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ .....	25
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	29
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด .....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ .....	35
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	36
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	38
งานวิจัยในประเทศ .....	39
งานวิจัยต่างประเทศ.....	40
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	52
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง .....	54
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง	56
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการบริหารจัดการ	62
สถานรับเลี้ยงเด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	62
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานรับ	67
เลี้ยงเด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	67
ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการบริหารจัดการ	75
สถานรับเลี้ยงเด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง.....	75
ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถาน	91
รับเลี้ยงเด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครอง.....	91
ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานรับเลี้ยง	115
เด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง.....	115
ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองกับ	165
ลักษณะการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครองในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	165

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการบริหารจัดการสถานรับเลี้ยงเด็กกับระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	173
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	175
สรุปผลการวิจัย.....	175
อภิปรายผลการวิจัย.....	180
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	182
บรรณานุกรม.....	185
ภาคผนวก .....	187
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	189

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ค่าความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค.....	52
2	จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ.....	54
3	จำนวนและร้อยละของมูลค่าในการซื้อ.....	55
4	จำนวนและร้อยละของประเภทชื่อของเครื่องสำอาง.....	56
5	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอาง.....	57
6	จำนวนและร้อยละของประเภทเครื่องสำอาง.....	58
7	จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง.....	59
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์.....	60
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ด้านราคา.....	61
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	62
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	63
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค โดยภาพรวม.....	64
13	ค่าเฉลี่ยการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนก ตามเพศ.....	65
14	ค่าเฉลี่ยการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนก ตามอายุ.....	66
15	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามอายุเป็นรายคู่.....	67
16	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	68

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านราคาจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	69
18 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนก ตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	70
19 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามอาชีพ	71
20 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	72
21 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามสถานภาพ สมรส.....	73
22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามรายได้	74
23 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านราคาจำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่.....	75
24 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามความถี่ใน การซื้อ .....	76
25 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ใน การซื้อเป็นรายคู่ .....	77
26 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามความถี่ในการซื้อเป็นรายคู่ .....	78
27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามมูลค่าใน การซื้อ .....	79
28 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าใน การซื้อเป็นรายคู่ .....	80
29 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าใน การซื้อเป็นรายคู่ .....	81

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่ ..... 82
31	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนก ตามมูลค่าในการซื้อเป็นรายคู่..... 83
32	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตาม ประเภทสื่อของเครื่องสำอาง ..... 84
33	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภท สื่อของเครื่องสำอาง เป็นรายคู่ ..... 85
34	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามประเภทสื่อของเครื่องสำอาง เป็นรายคู่..... 86
35	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามเหตุผลที่ ซื้อเครื่องสำอาง ..... 87
36	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอาง เป็นรายคู่..... 88
37	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนก ตามเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอาง เป็นรายคู่..... 89
38	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามประเภท เครื่องสำอาง ..... 90
39	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา จำแนกตามประเภท เครื่องสำอาง เป็นรายคู่..... 91
40	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามสถานที่ซื้อ เครื่องสำอาง ..... 92

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม สถานที่ซื้อเครื่องสำอางเป็นรายคู่..... 93
42	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภค 94
43	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภค 95
44	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค..... 96
45	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของผู้บริโภค ครอบครัวเป็นรายคู่..... 97
46	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง ของผู้บริโภค..... 98
47	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของ ผู้บริโภค..... 99

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
2 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค .....	24