

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ความสำคัญของการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	3
คำถามในการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	6
นิยามศัพท์.....	6
2 เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเรื่องการตลาด และความหมายของการตลาดตลาดบริการ ความหมาย ของการตลาดตลาดบริการ.....	8
การตัดสินใจ.....	9
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	27
กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของการเลือกศึกษา.....	34
ประวัติมหาวิทยาลัยศรีปทุม.....	39
เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีการวิจัย.....	44
	ประชากร กลุ่มตัวอย่าง.....	44
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
	สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	69
	สมมติฐานการวิจัย.....	69
	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	70
	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
	อภิปรายผล.....	76
	ข้อเสนอแนะ.....	79
	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป.....	80
	บรรณานุกรม.....	81
	ภาคผนวก.....	84
	ภาคผนวก ก.....	85
	ภาคผนวก ข.....	91
	ประวัติผู้วิจัย.....	94

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาวิจัย.....	45
2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	50
3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาที่สำเร็จการศึกษาก่อนเข้า ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	50
4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการเรียนก่อนเข้าศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	51
5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคณะที่ศึกษาอยู่.....	51
6 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จ การศึกษา.....	52
7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัด.....	53
8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ปกครอง...	53
9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง.....	54
10 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน..	54
11 ปัจจัยด้านการตลาด.....	55
12 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	56
13 ปัจจัยด้านราคา.....	57
14 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ.....	57
15 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์.....	58
16 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้า ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	59
17 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาที่สำเร็จการศึกษากับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	60
18 ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนก่อนเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยศรีปทุม กับปัจจัย ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
19	ความสัมพันธ์ระหว่างคณะที่ศึกษาอยู่กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี	62
20	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งของสถาบันที่สำเร็จการศึกษา กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	63
21	ความสัมพันธ์ระหว่างพักอาศัยอยู่ในจังหวัด กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	64
22	ค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาผู้ปกครองกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	65
23	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	66
24	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน กับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.....	67
25	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	68

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	4
2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	16
3 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ ผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	20
4 รายละเอียดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ.....	21