

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการ

สถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

Service Marketing Mix Affecting Parents Decision Toward Selecting

Private Nurseries in Mueang Uttaradit District

ธมนวรรณ อรทัย* และก้องกัญ นิมานันท์**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ เก็บข้อมูลจากผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ โดยพิจารณาจากจำนวนเด็กที่รับเลี้ยงในสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ที่ได้รับการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุตรดิตถ์ ทั้งหมด 4 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 164 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 ถึง 20,000 บาท การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง 2 ถึง 3 ปี โดยมีความเกี่ยวข้องกับเด็กในฐานะบิดา/มารดา

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ สามารถเรียงตามลำดับการมีผล ดังนี้

ด้านบุคคล การมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหาร ครู และพี่เลี้ยงเด็กมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรั้วล้อมกั้นบริเวณเป็นสัดส่วน

ด้านกระบวนการ การมีผลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การมีผลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่ตั้งของสถานรับเลี้ยงเด็กสะดวกในการเดินทาง

ด้านผลิตภัณฑ์ การมีผลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กผ่านการจดทะเบียนอย่างถูกต้องจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ด้านราคา การมีผลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ อัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือนถูก กำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะการให้บริการ

และด้านการส่งเสริมการตลาด การมีผลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง

ABSTRACT

The Independent study aimed to explore service marketing mix affecting parents decision towards selecting private nurseries in Mueang Uttaradit District. The data were collected from parents using the services of private nurseries in Mueang Uttaradit District. Considering the numbers of children taken care by private nurseries registered with Uttaradit Provincial Social Development and Human Security Office, 4 private nurseries were chosen and the population gathered were totally 164 cases. The instrument used in this research study was questionnaires and the data obtained were then analyzed by descriptive statistical methods including frequency, percentage, means and standard deviation.

The finding indicated that most parents were female, married, and worked as business owner/merchant. The average monthly income per household was in between 10,001 – 20,000 Baht. Most parents graduated with Bachelor's degrees and most children taken care were 2 – 3 years old. Most population had relation to children as parents.

Service marketing mix affecting parents decision towards selecting private nurseries in Mueang Uttaradit District can be discussed in order of priorities as follow :

People Factor, the respondents agreed at the highest level in average and the sub-factor with highest means was Administrator, teachers and assisting staffs have a good relationship and a friendly welcome.

Physical Evidence Factor, the respondents agreed at the highest level in average and the sub-factor with highest means was the safe fence encircling the compound.

Process Factor, the respondents agreed at the high level in average and the sub-factor with highest means was that the nurseries have quickly communication in case of emergency.

Place Factor, the respondents agreed at the high level in average and the sub-factor with highest means was convenient location of nurseries in terms of travel.

Product Factor, the respondents agreed at the high level in average and the sub-factor with highest means was the nurseries registered with Uttaradit Provincial Social Development and Human Security Office.

Price Factor, the respondents agreed at the high level in average and the sub-factor with highest means was the monthly charge of nurseries service which were calculated according to the services.

Promotion Factor, the respondents agreed at the high level in average and the sub-factor with highest means was that the nurseries have online channels of communication.

บทนำ

นักจิตวิทยาและนักการศึกษาหลายท่านมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าเด็กปฐมวัยเป็นวัยเริ่มต้นของชีวิตมนุษย์ และนับเป็นช่วงวัยที่สำคัญที่สุดช่วงหนึ่ง เพราะเป็นช่วงวัยของการวางรากฐานและเตรียมตัวเพื่อชีวิต ทั้งยังเป็นช่วงระยะที่เกิดการเรียนรู้มากที่สุดในชีวิตด้วย (คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาหลักการและแนวคิดทางการปฐมวัยศึกษา, 2548: 11) ครอบครัวจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวางรากฐานของบุตร ทำหน้าที่หล่อหลอม และขัดเกลาความเป็นมนุษย์ให้แก่บุตรด้วยการอบรมเลี้ยงดู ให้ความรัก พร้อมทั้งปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมเพื่อให้บุตรเป็นบุคคลที่มีคุณภาพและเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติต่อไป เนื่องด้วยปัจจุบันลักษณะครอบครัวไทยเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวขยายมาเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น โดยในปี 2556 มีครอบครัวเดี่ยวร้อยละ 69 และครอบครัวขยายเพียงร้อยละ 12 (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2556) จำนวนสมาชิกในครอบครัวน้อยลงทำให้การพึ่งพาสมาชิกในครอบครัวให้ช่วยเหลือเลี้ยงดูบุตรน้อยลงไปด้วย ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจทำให้บิดามารดาต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในสังคมเมืองทำให้บุตรได้รับการดูแลเอาใจใส่จากบิดามารดาน้อยลงไป บิดามารดาบางคนจึงส่งบุตรกลับไปอยู่กับปู่ ย่า ตา ยาย หรือญาติพี่น้อง บิดามารดาบางคนได้จ้างพี่เลี้ยงให้อยู่ดูแลบุตรในบ้านหรือนำบุตรไปฝากเลี้ยงที่บ้านของพี่เลี้ยง ซึ่งเด็กอาจจะไม่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูให้มีพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาที่เหมาะสมตามวัย สถานรับเลี้ยงเด็กจึงเป็นสถานที่ดูแลเด็กก่อนวัยเรียน โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อเพิ่มโอกาสให้เด็กได้รับการเตรียมความพร้อมให้มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย และยังเป็นการแบ่งเบาภาระของบิดามารดาที่ไม่มีผู้เลี้ยงดูเด็กในช่วงกลางวัน แต่เดิมสถานรับเลี้ยงเด็กเปิดดำเนินการไม่กี่แห่งโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ปัจจุบันธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กเป็นที่นิยมและแพร่หลายอย่างต่อเนื่องในต่างจังหวัด

ในปี 2557 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิษฐ์มีประชากรจำนวน 150,341 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดอุดรดิษฐ์, 2557) เป็นบริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่รวมกันเป็นจำนวนมากกว่าทุกอำเภอ เป็นศูนย์กลางของความเจริญด้านต่าง ๆ มีสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันทางการเมืองการปกครอง อีกทั้งการคมนาคมสะดวก ประชาชนประกอบอาชีพหลากหลาย และมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว บิดามารดาต้องออกไปทำงานนอกบ้านทำให้ไม่มีเวลาดูแลบุตรในช่วงกลางวัน จึงต้องนำบุตรมาฝากเลี้ยงที่สถานรับเลี้ยงเด็ก ทำให้มีผู้เล็งเห็นโอกาสในการจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนมากขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ไม่มีเวลาดูแลบุตร ประกอบกับปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ปกครองต้องการให้บุตรมีการเจริญเติบโตและมีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการศึกษาระดับต่อไป ในปี 2526 มีสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนในอำเภอเมืองอุดรดิษฐ์เพียง 1 แห่ง ปี 2531 ปี 2533 ปี 2543 ปี 2544 ปี 2551 และปี 2557 มีจำนวนเพิ่มขึ้นปีละ 1 แห่ง เป็นจำนวนทั้งหมด 7 แห่ง ซึ่งบางแห่งไม่สามารถอยู่รอดได้ จึงมีการปิดกิจการบางส่วนในปี 2544 ปี 2546 และ ปี 2558 ปีละ 1 แห่ง รวมเป็นจำนวน 3 แห่ง โดยปัจจุบันในอำเภอเมืองอุดรดิษฐ์มีสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนที่จดทะเบียนกับสำนักงาน

พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2558 จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ คริสเตียนเนออสเซอร์รี่ น้อยเนออสเซอร์รี่ เตรียมอนุบาลบ้านลูกกรัก และสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนแต่ละแห่งมีสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ต้องแข่งขันกันในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสามารถเติบโตต่อไปเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองที่มาใช้บริการ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจเปิดธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็กต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพโดยรวมที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเช่นเดียวกับธุรกิจขายสินค้า ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติม ประกอบด้วย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดบริการมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

1. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service)** หมายถึง สิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าได้รับผลประโยชน์ คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบ คุณสมบัติ คุณภาพ ความคงทน ความน่าเชื่อถือ รูปลักษณ์ และการออกแบบ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในรูปของตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการ รวมทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งตลาดและกำไรของธุรกิจ โดยปกติแล้วราคาเป็นตัวกำหนดหลักที่ลูกค้าจะใช้ตัดสินใจว่า จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ เนื่องจากลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจึงตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดต้นทุนให้มีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการและสภาพตลาดอย่างชัดเจน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ในธุรกิจบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นความสะดวกที่ธุรกิจนำเสนอให้แก่ผู้บริโภค การจัดสถานที่หรือตัวแทนให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งต้องเป็นทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก และต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค การติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้นอาจใช้หรือไม่ใช้พนักงานขาย ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดมีหลายวิธีการ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสาร การใช้พนักงานขาย และการตลาด

ทางตรง โดยทุกวิธีที่ลูกค้าสัมผัสตราหือ ทำให้เกิดความประทับใจทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจได้ทั้งสิ้น ธุรกิจจึงต้อง ใช้การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับ ลูกค้า ผลิตภัณฑ์และคู่แข่ง สะท้อนจุดยืนของธุรกิจได้อย่างชัดเจน

5. ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) การให้บริการส่วนมากกระทำโดยบุคคล ดังนั้นการ คัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้า โดยพนักงานควร แสดงความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีทัศนคติที่ดีต่อบริการ มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทันที มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่บริษัทได้

6. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนในการส่งมอบบริการ ซึ่งต้องคำนึงถึงการ ออกแบบและจัดการกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการผลิตที่ไม่ได้รับการออกแบบที่ดี มักจะสร้างความไม่ พึงพอใจให้ลูกค้า เนื่องจากมีความล่าช้า มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน ประสิทธิภาพในการบริการไม่เพียงพอ ผู้ให้บริการจึงต้อง ให้ความสำคัญกับกระบวนการ เพื่อส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพและสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เนื่องจาก การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ธุรกิจจึงต้องเปลี่ยนบริการที่ไม่สามารถจับ ต้องได้ให้เป็นประโยชน์ที่จับต้องได้ โดยการ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพโดยรวม เช่น การใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้บริการ การตกแต่งสถานที่ควรให้ ความสำคัญต่อความสะอาด การใช้อุปกรณ์หรือวัสดุสื่อสารที่แสดงถึงประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อสร้างคุณค่า ให้กับลูกค้า

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์ ประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2. ขั้นตอนการศึกษา

ในการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุดรดิตต์ มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. รวบรวมข้อมูล
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ปกครองที่มาใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุดรดิตต์ ที่ได้รับการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุดรดิตต์ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ คริสเตียนเนอสเซอร์รี่ น้อยเนอสเซอร์รี่ เตรียมอนูบาลบ้านลูกรัก และसानฝันปันรักเนอสเซอร์รี่ ข้อมูลจากสถานรับเลี้ยงเด็ก

เอกชนทั้ง 4 แห่ง ณ เดือนสิงหาคม 2558 มีจำนวนผู้ประกอบการที่มาใช้บริการทั้งสิ้น 164 ราย (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุตรดิตถ์, 2558) โดยการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรทั้งหมด

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง และความเกี่ยวข้องกับเด็ก เป็นลักษณะคำถามที่กำหนดคำตอบให้เลือก (Check list)

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ โดยพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก (check list)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด

ผลการศึกษา

การศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่มาใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำนวน 164 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 ถึง 20,000 บาท การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง 2 ถึง 3 ปี โดยมีความเกี่ยวข้องกับเด็กในฐานะบิดา/มารดา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	มาก	5
ด้านราคา	4.04	มาก	6
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.19	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	มาก	7
ด้านบุคคล	4.55	มากที่สุด	1
ด้านกระบวนการ	4.49	มาก	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.52	มากที่สุด	2

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำแนกตามอายุของผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และอายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำแนกตามอายุของผู้ปกครอง

ส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุของผู้ปกครอง									
	ต่ำกว่า 25 ปี		26 – 35 ปี		36 – 45 ปี		46 – 55 ปี		มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.06 (มาก)	5	4.24 (มาก)	5	4.07 (มาก)	5	3.90 (มาก)	5	4.09 (มาก)	5
ด้านราคา	3.98 (มาก)	6	4.09 (มาก)	6	4.02 (มาก)	6	3.89 (มาก)	6	3.92 (มาก)	6
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	4.14 (มาก)	4	4.26 (มาก)	4	4.13 (มาก)	4	4.01 (มาก)	4	4.23 (มาก)	4
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.67 (มาก)	7	3.90 (มาก)	7	3.57 (มาก)	7	3.52 (มาก)	7	3.28 (ปานกลาง)	7
ด้านบุคคล	4.56 (มากที่สุด)	1	4.58 (มากที่สุด)	2	4.50 (มาก)	1	4.47 (มาก)	1	4.58 (มากที่สุด)	2
ด้าน	4.47	3	4.56	3	4.38	3	4.43	2	4.53	3

กระบวนการ	(มาก)		(มากที่สุด)		(มาก)		(มาก)		(มากที่สุด)	
ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	4.52 (มากที่สุด)	2	4.59 (มากที่สุด)	1	4.43 (มาก)	2	4.37 (มาก)	3	4.77 (มากที่สุด)	1

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กกอกชน
ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน											
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		30,001 – 40,000 บาท		40,001 – 50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ด้าน ผลิตภัณฑ์	4.30 (มาก)	6	4.11 (มาก)	5	4.13 (มาก)	5	4.25 (มาก)	4	4.02 (มาก)	5	3.99 (มาก)	5
ด้านราคา	4.32 (มาก)	5	4.00 (มาก)	6	4.07 (มาก)	6	3.95 (มาก)	6	3.83 (มาก)	6	3.80 (มาก)	6
ด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	4	4.14 (มาก)	4	4.24 (มาก)	4	4.09 (มาก)	5	4.14 (มาก)	4	4.02 (มาก)	4
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	4.06 (มาก)	7	3.76 (มาก)	7	3.69 (มาก)	7	3.34 (ปานกลาง)	7	3.77 (มาก)	7	3.45 (ปาน กลาง)	7
ด้านบุคคล	4.71 (มากที่สุด)	1	4.50 (มาก)	2	4.58 (มากที่สุด)	1	4.44 (มาก)	3	4.70 (มก ที่สุด)	1	4.46 (มาก)	3
ด้าน กระบวนการ	4.58 (มากที่สุด)	3	4.46 (มาก)	3	4.52 (มากที่สุด)	2	4.45 (มาก)	2	4.58 (มก ที่สุด)	3	4.49 (มาก)	2
ด้านการ สร้างและ นำเสนอ	4.67 (มากที่สุด)	2	4.53 (มก ที่สุด)	1	4.40 (มาก)	3	4.53 (มากที่สุด)	1	4.62 (มก ที่สุด)	2	4.55 (มก ที่สุด)	1

ลักษณะ ทาง กายภาพ														
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กกอกชน
ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง													
	ประถม ศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ด้าน ผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	5	4.01 (มาก)	5	4.08 (มาก)	5	4.19 (มาก)	5	4.14 (มาก)	5	4.34 (มาก)	3	4.07 (มาก)	5
ด้านราคา	4.15 (มาก)	6	4.20 (มาก)	4	4.05 (มาก)	6	4.10 (มาก)	6	3.96 (มาก)	6	4.23 (มาก)	5	3.40 (มาก)	7
ด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	4.46 (มาก)	4	3.87 (มาก)	6	4.14 (มาก)	4	4.22 (มาก)	4	4.20 (มาก)	4	4.24 (มาก)	4	4.17 (มาก)	4
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	4.05 (มาก)	7	3.80 (มาก)	7	3.64 (มาก)	7	3.82 (มาก)	7	3.69 (มาก)	7	3.85 (มาก)	6	3.80 (มาก)	6
ด้านบุคคล	4.65 (มากที่สุด)	2	4.42 (มาก)	2	4.43 (มาก)	1	4.55 (มากที่สุด)	1	4.55 (มากที่สุด)	1	4.83 (มากที่สุด)	1	4.89 (มากที่สุด)	2
ด้าน กระบวนการ	4.60 (มากที่สุด)	3	4.56 (มากที่สุด)	1	4.34 (มาก)	3	4.52 (มากที่สุด)	3	4.47 (มาก)	3	4.83 (มากที่สุด)	1	4.83 (มากที่สุด)	3
ด้านการ สร้างและ นำเสนอ	4.82 (มากที่สุด)	1	4.37 (มาก)	3	4.38 (มาก)	2	4.54 (มากที่สุด)	2	4.52 (มากที่สุด)	2	4.81 (มากที่สุด)	2	5.00 (มากที่สุด)	1

ลักษณะ ทาง กายภาพ														
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จำแนกตามอายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยง							
	3 เดือน - 1 ปี		1 - 2 ปี		2 - 3 ปี		3 - 4 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.19 (มาก)	6	4.11 (มาก)	5	4.17 (มาก)	5	4.08 (มาก)	5
ด้านราคา	4.20 (มาก)	5	4.09 (มาก)	6	4.07 (มาก)	6	3.85 (มาก)	6
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27 (มาก)	4	4.16 (มาก)	4	4.21 (มาก)	4	4.11 (มาก)	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83 (มาก)	7	3.62 (มาก)	7	3.81 (มาก)	7	3.58 (มาก)	7
ด้านบุคคล	4.53 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1	4.53 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	3
ด้านกระบวนการ	4.40 (มาก)	3	4.44 (มาก)	3	4.49 (มาก)	3	4.57 (มากที่สุด)	2
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.41 (มาก)	2	4.56 (มากที่สุด)	2	4.51 (มากที่สุด)	2	4.58 (มากที่สุด)	1

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็ก
เอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
อยากให้มีการป้องกันการติดต่อ เช่น ไอ มีน้ำมูก และควรแยกเด็กที่ป่วยออกจากเด็กคนอื่นๆหรือให้เด็ก หยุดเรียน	2
สถานรับเลี้ยงเด็กโดยเฉพาะเด็กเล็ก ควรพิจารณาเลือกคุณครูหรือพี่เลี้ยงเด็กที่จบจากสาขาปฐมวัย โดยตรง หรือเลือกบุคคลที่มีลักษณะนิสัยใจเย็น รักเด็ก และมีความอ่อนโยน	1
อยากให้สถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนมีการส่งเสริมให้เด็กมีนมเหมือนสถานรับเลี้ยงเด็กของรัฐบาล เช่น มีการให้ เด็กดื่มนมถั่วเหลืองบ้างเพราะเด็กบางคนแพ้นมวัว เด็กจะได้รู้จักนมถั่วเหลืองและเปลี่ยนรสชาติจาก นมเดิม ๆ	1
อยากให้มีหลักสูตรกิจกรรมให้เลือกอย่างหลากหลายมากกว่านี้ โดยเฉพาะหลักสูตรภาษาต่างประเทศ	1
ให้ลงสื่อการเรียนหรือถ่ายรูปรูปกิจกรรมที่เด็กทำลงทุกวันอย่างต่อเนื่อง ผู้ปกครองจะได้เห็นพัฒนาการของ บุตรหลาน	1
เป็นสถานรับเลี้ยงเด็กที่ดีและมีความสะอาด อยากให้รักษาแบบนี้ตลอดไป ราคาพอดี แต่อยากให้มีของ เล่นที่โอเคกว่านี้ และมีของเล่นใหม่ ๆ	1
เครื่องเล่นสนามเป็นอุปกรณ์การเล่นที่เสริมพัฒนาการด้านการอยู่ร่วมกัน ควรส่งเสริมให้มีปริมาณ เพียงพอต่อการดูแลของสถานที่	1
อยากให้เพิ่มจำนวนครูพี่เลี้ยง	1
อยากให้เพิ่มของเล่นสไลด์เดอร์และกำจัดมดแดงไฟ	1
อยากให้เพิ่มห้องเรียนรู้อุ้สำหรับเด็ก ๆ	1
รวม	11

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน
ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

จากผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็ก
เอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรก คือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล
สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฌภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มี
ผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ส่วนประสม

การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรก คือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถจักร ตรีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรก คือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากเป็นอันดับแรก คือ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถจักร ตรีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กผ่านการจดทะเบียนอย่างถูกต้องจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กผ่านการจดทะเบียนอย่างถูกต้องจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดคล้องตามพัฒนาการเด็ก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถจักร ตรีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการฝึกให้ช่วยตนเองในกิจวัตรประจำวัน ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากการศึกษาของ ภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ทำการเก็บข้อมูลในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนของสถานรับเลี้ยงเด็กจำนวนมาก มีสถานรับเลี้ยงเด็กหลากหลายให้ผู้ปกครองเลือกใช้บริการตามความต้องการของตน และ อรรถจักร ตรีสุข (2552) ทำการเก็บข้อมูลในจังหวัดสมุทรสาครซึ่งมีสถานรับเลี้ยงจำนวนไม่มากนักกระจายอยู่ในเขตอำเภอเมืองที่ใกล้เคียงกัน และชื่อเสียงของแต่ละแห่งเป็นที่รู้จักของผู้ปกครองในบริเวณนั้นอยู่แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กที่มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับพัฒนาการและการฝึกให้ช่วยตนเองในชีวิตประจำวันได้

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) มีจำนวนของสถานรับเลี้ยงไม่มากนัก ราคามีความแตกต่างกัน การแข่งขันยังไม่รุนแรง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กได้ตามงบประมาณที่ตนมีอยู่ได้ จึงไม่ได้ให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากนัก

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือนถูกกำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะการให้บริการ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือนถูกกำหนดอย่างเหมาะสมตามสภาวะเศรษฐกิจ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีความชัดเจนของการแจ้งค่าบริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือนถูกกำหนดอย่างเหมาะสมตามสภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจาก ผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) และผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) มีอัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือนในราคาที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้การมีผลของปัจจัยย่อยแตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่

สอดคล้องอาจเนื่องจากการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) สถานรับเลี้ยงเด็กที่ทำการเก็บข้อมูลอยู่ในเขตอำเภอเมืองที่ใกล้เคียงกัน และชื่อเสียงของสถานรับเลี้ยงเด็กเป็นที่รู้จักในบริเวณนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงไม่ได้ให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือที่ตั้งของสถานรับเลี้ยงเด็กสะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือที่ตั้งของสถานรับเลี้ยงเด็กไป-มาสะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีทางเข้าออกสะดวกและปลอดภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถติดต่อกับทางสถานรับเลี้ยงเด็กได้อย่างสะดวก เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ เว็บไซต์ ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากในเขตเทศบาลเมืองหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยว อาจมีการจราจรติดขัดทำให้การเดินทางไปมายังสถานรับเลี้ยงเด็กไม่สะดวก จึงให้ความสำคัญกับการมีช่องทางในการติดต่อกับสถานรับเลี้ยงเด็กแบบออนไลน์

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลกับทางสถานรับเลี้ยงเด็กได้อย่างสะดวกอยู่แล้ว จึงไม่ได้ให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมากนัก

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเว็บไซต์ของสถานรับเลี้ยงเด็กที่ให้ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีบริการตรวจสุขภาพเด็กอย่างสม่ำเสมอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ

นิตการ ชาญกัน และมนทกานดี มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาคัดสินใจในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเว็บไซต์ของสถานรับเลี้ยงเด็กที่ให้ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากในปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามอาจให้ความสำคัญกับการมีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารมากกว่าการมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลของสถานรับเลี้ยงเด็ก และผู้ตอบแบบสอบถามมีความสะดวกในการพาบุตรหลานไปตรวจสุขภาพที่โรงพยาบาลหรือคลินิกได้มากกว่าแต่ก่อน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลของปัจจัยย่อยแตกต่างกัน

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิตการ ชาญกัน และมนทกานดี มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาคัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรถธร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจากการคัดเลือกบุคคลในการทำงานของสถานรับเลี้ยงเด็กแต่ละแห่งก็แตกต่างกันตามกลยุทธ์ของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลแตกต่างกัน

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านบุคคล จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้บริหาร ครู และพี่เลี้ยงมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูและพี่เลี้ยงมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรรถธร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ควรมีผู้ดูแลเด็กที่ปฏิบัติงานด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิตการ ชาญกัน และมนทกานดี มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาคัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ครูและพี่เลี้ยงมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องจากบุคลากรในสถานรับเลี้ยงเด็กแต่ละแห่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และการคัดเลือกบุคลากรของแต่ละสถานรับเลี้ยงเด็กแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลของปัจจัยย่อยแตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการบันทึกและประเมินการเจริญเติบโต พฤติกรรม และพัฒนาการของเด็กตามวัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ จิตใจ และสังคม ทุก ๆ 6 เดือน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เด็กควรได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นตั้งแต่วันแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดพี่เลี้ยงอำนวยความสะดวกแก่ผู้ปกครองในการรับ-ส่งเด็กด้านหน้าประตูเป็นประจำทุกวัน ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องจากสถานรับเลี้ยงเด็กแต่ละแห่งมีการดำเนินงานและกระบวนการต่างๆแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลของปัจจัยย่อยแตกต่างกัน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องกันอาจเนื่องจากการจัดสภาพแวดล้อมและบริเวณภายในสถานรับเลี้ยงเด็กของแต่ละแห่งแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรั้วล้อมกันบริเวณเป็นสัดส่วน สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรั้วล้อมกันบริเวณเป็นสัดส่วน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรั้วล้อมกันบริเวณเป็นสัดส่วน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอรฉัตร ทวีสุข (2552) ที่ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมืองสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริเวณสถานรับเลี้ยงเด็กควรมีสถานที่กว้างขวาง สวยงาม เป็นธรรมชาติ ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเนื่องจาก การจัดสภาพแวดล้อมและบริเวณภายในสถานรับเลี้ยงเด็กของแต่ละแตกต่างกัน บางแห่งอาจมีการจัดสภาพแวดล้อมและภายในตามที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ระดับการมีผลของปัจจัยย่อยแตกต่างกัน

และจากการศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ปกครองในการเลือกบริการสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ ครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะตามส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนควรมีใบอนุญาตจัดตั้งและผู้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และแสดงใบอนุญาตหรือใบแทนใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก ณ ที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ปกครองที่นำเด็กมาฝากเลี้ยง และมีการจัดอาหารและนมที่มีคุณภาพ มีสารอาหารครบ 5 หมู่ ให้เด็กรับประทานและดื่มด้วยปริมาณที่เหมาะสมกับวัยของเด็กในแต่ละมื้อ

ด้านราคา ปัจจัยด้านช่องราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ อัตราค่าบริการฝากเลี้ยงต่อเดือน ถูกกำหนดอย่างเหมาะสมตามลักษณะการให้บริการ ควรกำหนดราคาตามคุณภาพบริการ ผู้ปกครองมักจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคา สถานรับเลี้ยงเด็กควรจะเน้นคุณภาพของกิจกรรมต่าง ๆ และระดับราคาในการให้บริการของแต่ละช่วงวัยอย่างชัดเจน โดยมีราคาที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปกครองมั่นใจในราคาและคุณภาพที่จะได้รับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ ที่ตั้งของสถานรับเลี้ยงเด็กสะดวกในการเดินทาง ความสำคัญในการเลือกสถานที่ตั้งควรให้ความเหมาะสมของสถานที่อยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งสะดวกในการรับส่ง ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีทางเข้าออกสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก คือ มีช่องทางออนไลน์ในการติดต่อหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง สถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนควรมีช่องทางออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น เพื่อความสะดวก ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร และเพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ด้วย

ด้านบุคคล จากผลการศึกษา ผู้ปกครองให้การมีผลต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลเป็นอันดับแรก ควรให้ความสำคัญอย่างมากที่สุด เพราะเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ โดยจะต้องพยายามสร้างให้ครูและพี่เลี้ยงเด็กมีใจรักในการให้บริการ (Service mind) โดยเฉพาะในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ รวมถึงครูและพี่เลี้ยงควรมีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับเด็กปฐมวัยอย่างน้อย 1 ปี โดยมีหนังสือรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่ปลัดกระทรวงกำหนด และมีความรู้เรื่องโภชนาการและอาหารสำหรับเด็กปฐมวัยเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการควรคัดเลือกครูและพี่เลี้ยงที่มีวุฒิภาวะและบุคลิกลักษณะเหมาะสมทั้งด้านจิตใจ อารมณ์ สังคม มีความขยันอดทน และมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติต่อเด็กด้วยความเมตตา ความอ่อนโยนที่จะเอื้ออำนวยต่อการทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสถานรับเลี้ยงเด็กและความไว้วางใจแก่ผู้ปกครองที่มาใช้บริการ

ด้านกระบวนการ สถานรับเลี้ยงเด็กควรจัดกระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐานหรือข้อกำหนดชัดเจน ให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างรวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไขต่อไป รวมถึงบันทึกความเจริญเติบโต พฤติกรรม และพัฒนาการด้านต่างๆของเด็ก และมีการรายงานพฤติกรรมของเด็กทุกวันให้ผู้ปกครองทราบอย่างต่อเนื่อง และประเมินพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก เพื่อจะได้เฝ้าระวังและติดตามพัฒนาการของเด็กแต่ละคนว่าเหมาะสมกับวัยหรือไม่ บันทึกผลอย่างละเอียดเพื่อทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดูแลเด็กได้อย่างเหมาะสม และเพื่อให้เกิดคุณภาพในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองที่มาใช้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษา ผู้ปกครองให้การมีผลต่อด้านนี้ในระดับมากที่สุด สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการออกแบบบริเวณของสถานรับเลี้ยงเด็กให้มีรั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มีหนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก บริเวณโดยรอบของสถานรับเลี้ยงเด็กควรสะอาดและเป็นระเบียบ จัดสถานที่ให้เหมาะสมในการเลี้ยงดูเด็ก พื้นที่ใช้สอยภายในอาคารควรสะอาดและปลอดภัย จัดพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม รับประทานอาหาร และนอน แยกเป็นห้องเฉพาะหรือจัดรวมเป็นห้องเอนกประสงค์ที่ใช้ได้หลายอย่างในพื้นที่เดียวกันแต่ต่างเวลากัน รวมถึงมีการติดตั้งอุปกรณ์ระบบความปลอดภัย หรือเครื่องตัดไฟฟ้าอัตโนมัติภายในอาคาร และจัดเครื่องเล่นสนามอย่างเป็นสัดส่วนโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของเด็กเป็นหลัก มีวัสดุอุปกรณ์ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อทำให้เกิดความประทับใจอีกทั้งยังแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารสามารถมองเห็นได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นความต้องการ และสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สำหรับข้อเสนอแนะเฉพาะกลุ่มผู้ปกครองมีดังนี้

1. ผู้ปกครองที่มีอายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี และมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี

สถานรับเลี้ยงเด็กควรควรมีใบอนุญาตจัดตั้งและผู้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และแสดงใบอนุญาตหรือใบแทนใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก ณ ที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย ควรจะเน้นคุณภาพของกิจกรรมต่าง ๆ และระบุระดับราคาในการให้บริการของแต่ละช่วงวัยอย่างชัดเจน โดยมีราคาที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปกครองมั่นใจในราคาและคุณภาพที่จะได้รับ มีสถานที่ตั้งสะดวกในการรับส่ง ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีทางเข้าออกสะดวก รวมถึงการมีช่องทางออนไลน์สำหรับติดต่อสื่อสารหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น เพื่อความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหาร ครูและพี่เลี้ยงเด็กควรมีมุขยสัมพันธ์ที่ดี และให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง และให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างรวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไขต่อไป และการออกแบบบริเวณของสถานรับเลี้ยงเด็กควรให้มีรั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มีหนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก

2. ผู้ปกครองที่มีรายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท

สถานรับเลี้ยงเด็กควรควรมีใบอนุญาตจัดตั้งและผู้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และแสดงใบอนุญาตหรือใบแทนใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก ณ ที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย ควรมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆอย่างชัดเจนแก่ผู้ปกครอง มีสถานที่ตั้งสะดวกในการรับส่ง ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีทางเข้าออกสะดวก รวมถึงการมีช่องทางออนไลน์สำหรับติดต่อสื่อสารหรือแจ้งข่าวสารแก่ผู้ปกครอง เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น เพื่อความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร ควรคัดเลือกครูและพี่เลี้ยงที่มีวุฒิภาวะและบุคลิกลักษณะเหมาะสมทั้งด้านจิตใจ อารมณ์ สังคม มีความขยันอดทน และมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติต่อเด็กด้วยความเมตตา ความอ่อนโยนที่จะเอื้ออำนวยต่อการทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กได้อย่างเหมาะสม และให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างรวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไขต่อไป รวมถึงการออกแบบบริเวณของสถานรับเลี้ยงเด็กควรมีรั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มีหนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก

สำหรับข้อเสนอแนะเฉพาะกลุ่มอายุของเด็กที่ฝากเลี้ยงมีดังนี้

1. อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยงระหว่าง 3 เดือนถึง 1 ปี

ทางสถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการจัดวัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ที่ปลอดภัยและเหมาะสม ให้เด็กได้เคลื่อนไหวและพัฒนาประสาทสัมผัสทั้งห้า ในกรณีที่เด็กมีพฤติกรรมที่นำสงสัยควรปรึกษาหารือกับผู้ปกครองของเด็กเพื่อให้มีส่วนร่วมในการประเมินพัฒนาการเด็กด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ปกครองรวมถึงสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงในการให้บริการ สถานรับเลี้ยงเด็กควรหาแนวทางในการส่งเสริมให้ครูและพี่เลี้ยงเด็กมีความเต็มใจในการให้บริการ การให้

สวัสดิการ ให้สิ่งจูงใจ และการประเมินผลงานของครูและพี่เลี้ยงเด็ก เพื่อให้ผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นในบริการว่าบุคลากร จะให้บริการอย่างเต็มความสามารถ รวมถึงมีการบันทึกความเจริญเติบโต พฤติกรรม และพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของเด็ก และรายงานพฤติกรรมของเด็กทุกวันให้ผู้ปกครองทราบอย่างต่อเนื่อง การออกแบบบริเวณของสถานรับเลี้ยงเด็กให้มี รั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน บริเวณโดยรอบควรสะอาดและเป็นระเบียบ มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มีหนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก

2. อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยงระหว่าง 1 ถึง 2 ปี

สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการจัดอาหารและนมที่มีคุณภาพ มีสารอาหารครบ 5 หมู่ ให้เด็กรับประทานและดื่มด้วย ปริมาณที่เหมาะสมกับวัยของเด็กในแต่ละมื้อ เพื่อรักษาความไว้วางใจและความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อไปใน อนาคต และควรรหาแนวทางในการส่งเสริมให้ครูและพี่เลี้ยงเด็กมีความเต็มใจในการให้บริการ การให้สวัสดิการ ให้สิ่งจูงใจ และการประเมินผลงานของครูและพี่เลี้ยงเด็ก เพื่อให้ผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นในบริการว่าบุคลากรจะให้บริการอย่างเต็ม ความสามารถ สถานรับเลี้ยงเด็กควรให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับ ผู้ปกครองอย่างรวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไขต่อไป รวมถึงบริเวณ โดยรอบของสถานรับเลี้ยงเด็กควรสะอาดและเป็นระเบียบ

3. อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยงระหว่าง 2 ถึง 3 ปี

สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีใบอนุญาตจัดตั้งและผู้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานพัฒนา สังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และแสดงใบอนุญาตหรือใบแทนใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก ณ ที่เปิดเผยและเห็น ได้ง่าย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ปกครองที่นำเด็กมาฝากเลี้ยง ผู้ประกอบการควรคัดเลือกครูและพี่เลี้ยงที่มีวุฒิภาวะและ บุคลิกลักษณะเหมาะสมทั้งด้านจิตใจ อารมณ์ สังคม มีความขยันอดทน และมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติต่อเด็กด้วย ความเมตตา ความอ่อนโยนที่จะเอื้ออำนวยต่อการทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจและ ความไว้วางใจที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อไปในอนาคต และให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมี การติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างรวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไข ต่อไป รวมถึงการออกแบบบริเวณของสถานรับเลี้ยงเด็กให้มีรั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มีหนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก เพื่อให้เกิดความประทับใจและกระตุ้นให้เกิด ความต้องการ ความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4. อายุของเด็กที่ฝากเลี้ยงระหว่าง 3 ถึง 4 ปี

สถานรับเลี้ยงเด็กควรมีการจัดบริเวณที่พักเด็กป่วย แยกเป็นสัดส่วนโดยมีตู้เก็บยา อุปกรณ์และเครื่องเวชภัณฑ์ที่ จำเป็นในการปฐมพยาบาล ต้องมีผู้รับผิดชอบดูแลตลอดเวลาที่เด็กป่วย กรณีที่มารารถจัดห้องพักเด็กป่วยโดยเฉพาะได้ ต้องจัดให้มีที่พักเด็กป่วยแยกเป็นสัดส่วนตามความเหมาะสม ผู้บริหาร ครูและพี่เลี้ยงเด็กควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และให้ การต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ให้ความสำคัญกับเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองอย่าง รวดเร็วเพื่อความปลอดภัยของเด็ก และเพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงปัญหาและรีบแก้ไขต่อไป รวมถึงการออกแบบบริเวณ ของสถานรับเลี้ยงเด็กให้มีรั้วล้อมกันเป็นสัดส่วน มีทางเข้าออกไม่น้อยกว่าสองทาง ไม่มีหลุมหรือบ่อน้ำ หรือต้นไม้ที่มี

หนามแหลมคมที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็ก เพื่อให้เกิดความประทับใจและกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย. (2555). รายงานตรวจราชการแบบบูรณาการและผลการดำเนินการศูนย์อนามัย. กรุงเทพฯ: กระทรวง.
กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2556). สถานการณ์ความเข้มแข็งของครอบครัว ปี 2556 สำนักงาน
กิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. ต้นเมื่อ 28 ส.ค. 2558, จาก http://www.m-society.go.th/article_attach/12592/16886.pdf
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาหลักการและแนวคิดทางการปฐมวัยศึกษา. (2548). ประมวลสาระชุดวิชาหลักการ
และแนวคิดทางการปฐมวัยศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ณภัทร รัตนเดชาพิทักษ์. (2552). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกสถานรับ
เลี้ยงเด็กเอกชน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- นิศากร ชาญกัน และมนทกานต์ มีทอง. (2554). การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานรับเลี้ยงเด็กของผู้ปกครอง ใน
เขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร). ต้นเมื่อ 17
สิงหาคม 2559, จาก <http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2554/GB/3.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
สมุทรสาคร.
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2554). การใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า. ต้นเมื่อ 19
ธันวาคม 2558, จาก <http://www.kroobannok.com/blog/43535>
- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุดรดิติตต์. (2558). รายชื่อสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนที่ได้รับ
อนุญาตให้จัดตั้ง จังหวัดอุดรดิติตต์. อุดรดิติตต์: สำนักงาน.
- สำนักงานสถิติจังหวัดอุดรดิติตต์. (2557). จำนวนประชากรและบ้านจังหวัดอุดรดิติตต์ จำแนกเป็นรายอำเภอ ณ เดือน
ธันวาคม ทวีสุข. (2552). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานรับเลี้ยงเด็กในอำเภอเมือง
อรัญญา นามเพราะ และอรุณี ผลเจริญ. (2557). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาปฐมวัย. ต้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2559,
จาก http://eced1.blogspot.com/p/blog-page_1493.html