

อกินันท์ ทรัพย์ชนมัน 2554: อิทธิพลของส่วนประสมในการดำเนินงานทางการตลาดและ
ภาพลักษณ์โรงเรียนที่มีต่อความภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน ปรินญาศึกษาศาสตร์
ดุขฎิบัณทิต (การบริหารการศึกษา) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สุชาติ นันทะไชย, Ph.D. 291 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาส่วนประสมในการดำเนินงานทางการตลาด
ภาพลักษณ์โรงเรียนและความภักดีของผู้ปกครองตามการรับรู้ของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน
2) เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมในการดำเนินงานทางการตลาด ภาพลักษณ์โรงเรียนและความภักดี
ของผู้ปกครอง จำแนกตามขนาดของโรงเรียน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมใน
การดำเนินงานทางการตลาดและภาพลักษณ์โรงเรียน 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสม
ในการดำเนินงานทางการตลาดและภาพลักษณ์โรงเรียนที่มีต่อความภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน
โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน
ที่เปิดสอนระดับอนุบาลถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร มหานครและปริมณฑล จากโรงเรียน 97 โรงเรียน
ซึ่งแบ่งตามขนาด จำนวน 1,395 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและทดสอบความแตกต่าง เป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe พร้อมวิเคราะห์
ค่าสหสัมพันธ์ และค่าถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยสรุปว่า 1) โดยภาพรวมโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับอนุบาลถึงมัธยมศึกษาปีที่ 6
ในเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษา โรงเรียนดำเนินงานทางการตลาดในระดับที่ผู้ปกครองพอใจในทุกด้าน
โดยส่วนประสมในการดำเนินงานทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในอันดับสูงสุด ในส่วนของภาพลักษณ์
โรงเรียนพบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนในระดับพอใจทุกด้าน โดยด้าน
เอกลักษณ์ขององค์กรอยู่ในอันดับสูงสุดและความภักดีของผู้ปกครองพบว่าความภักดีของผู้ปกครอง
ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใจทุกด้าน โดยด้านเจตคติใฝ่สัมพันธ์อยู่ในอันดับสูงสุด 2) ส่วนประสมใน
การดำเนินงานทางการตลาด ภาพลักษณ์โรงเรียน และความภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน
มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามขนาดโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมในการ
ดำเนินงานทางการตลาดและภาพลักษณ์โรงเรียนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 4) ส่วนประสมในการดำเนินงานทางการตลาดและภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีอิทธิพลต่อความภักดี
ของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในภาพรวม โดยมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันของโรงเรียนทุกขนาด

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก