



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ .....	ซ
สารบัญตาราง .....	ฎ
สารบัญภาพประกอบ .....	ฐ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์.....	12
ความหมายของวางแผนกลยุทธ์ .....	13
ความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ .....	14
หลักการของการบริหารเชิงกลยุทธ์ .....	16
กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	16
การบริหารเชิงกลยุทธ์โรงเรียนอนุบาลเอกชน .....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	29
แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	29
ความหมายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	39



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2 (ต่อ)	วัตถุประสงค์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	41
	ระดับของความสัมพันธ์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	42
	องค์ประกอบในการสร้างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	45
	หลักการสำคัญในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ .....	50
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาและบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ .....	53
	แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้	
	ในการ โรงเรียน .....	55
	แนวคิดที่เกี่ยวกับการศึกษาเอกชน .....	84
	ประวัติความเป็นมาของการศึกษาเอกชน .....	84
	การจัดการศึกษาของ โรงเรียนเอกชน .....	85
	การบริหารการศึกษาเอกชน .....	87
	สภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการศึกษาเอกชน .....	89
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอนุบาล .....	90
	ความเป็นมาของการจัดการศึกษาระดับอนุบาล .....	90
	ความสำคัญของการจัดการศึกษาระดับอนุบาล .....	91
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอนุบาล .....	92
	หลักการจัดการศึกษาระดับอนุบาล .....	93
	หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2546 .....	94
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	99
	งานวิจัยในประเทศ .....	99
	งานวิจัยต่างประเทศ .....	101
	สรุปแนวคิดหลักการนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย .....	105
3	วิธีดำเนินการวิจัย .....	106
	ขั้นที่ 1 การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์	
	ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร .....	106



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) ขั้นที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร.....	108
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	112
ขั้นที่ 1 การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร .....	112
ขั้นที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร.....	116
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	128
วิธีดำเนินการวิจัย .....	128
สรุปผลการวิจัย.....	128
อภิปรายผล.....	129
ข้อเสนอแนะ .....	133
บรรณานุกรม .....	135
ภาคผนวก.....	141
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา.....	142
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และหนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบความคิดเห็นเพื่อการวิจัย.....	144
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	150
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์สอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา .....	163
ประวัติย่อผู้วิจัย .....	168



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ระดับความพอใจของลูกค้า.....	37
2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร .....	116
3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า.....	117
4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด .....	118
5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาดกำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	120
6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด .....	121



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตาราง	หน้า
7	คำเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อและระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย ..... 123
8	คำเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM ..... 125
9	คำเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ชั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้..... 126



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
2 แสดงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละประเภท .....	33
3 แสดงแผนการตลาดสร้างสัมพันธ์.....	35
4 แสดงการวางแผนกลยุทธ์ CRM.....	57
5 แสดงรูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า.....	58
6 แสดงตัวอย่างการจัดทำแผนภาพตลาดของเครื่องล้างจาน A.....	62
7 แสดงหน่วยในการตัดสินใจซื้อ .....	65
8 แสดงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้า.....	68
9 สรุปขั้นตอนการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร.....	111