



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 1

บทนำ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากกระแสความเปลี่ยนแปลงในสังคมที่ผ่านมาทำให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง และชุมชนเห็นคุณค่าของการศึกษา ต่างตระหนักถึงสิทธิของบุตรหลานที่จะต้องได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพทำให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้คนในชุมชนจำนวนมากเริ่มมีความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้และสนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่บุตรหลานของตน รวมทั้งตรวจสอบคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา ความเปลี่ยนแปลงทางความคิดดังกล่าวก่อให้เกิดความคาดหวังและผลักดันให้เกิดพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 พร้อมกับกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง และพระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ ซึ่งกำหนดให้มีการประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับ เพื่อให้การศึกษาที่จัดโดยสถานศึกษาทุกแห่งมีมาตรฐานทัดเทียมกัน (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546 : 2)

สำหรับประเทศไทยการจัดการศึกษาในอดีตทุกระดับ รัฐจะเป็นผู้จัดทำเป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งหลังจากที่รัฐบาลได้เริ่มมีการวางระบบพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติขึ้นมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศ และมีการเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่รัฐต้องจัดบริการทางการศึกษาให้กับประชาชนให้ทั่วถึงมากขึ้น รัฐจึงเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามีส่วนร่วม ในการจัดบริการทางการศึกษา เพื่อให้สามารถจัดบริการการศึกษาตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นรัฐบาลได้มีการประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2503 และรัฐบาลได้ขยายการศึกษาภาคบังคับออกไปเป็น 7 ปี และได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนขึ้น ต่อมาได้ปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์โดยตราเป็นพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ขึ้นใช้บังคับจนถึงปลายปี พ.ศ. 2550 จนกระทั่งมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน เอกชนมีส่วนร่วมบุกเบิกการศึกษาในระบบ และมีบทบาทในการจัดการศึกษาควบคู่กับรัฐมาโดยตลอด แม้ในช่วงแรกจะมุ่งเผยแพร่ศาสนาเพียงอย่างเดียว ซึ่งต่อมาได้มีบุคคลทั่วไปสนใจลงทุนและดำเนินการในเชิงธุรกิจการศึกษา โดยให้บริการการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงระดับอุดมศึกษา การศึกษาเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญหลายประการ เช่น บทบาทในการจัดการศึกษาในส่วนที่รัฐจัดไม่ได้ บทบาทในการจัดการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง บทบาทในการอำนวยความสะดวกให้ชุมชนได้มีสถานศึกษาใกล้บ้าน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2

เป็นผู้ดำเนินการนำวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้มีคุณภาพ รวมทั้งการศึกษาเอกชนยังร่วมสนับสนุนการศึกษาของรัฐในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพ เท่าเทียมกับนานาชาติอารยประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2551 : 1-2)

โรงเรียนเอกชน ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 กำหนดให้คณะกรรมการบริหารโรงเรียนมีอำนาจหน้าที่ 1) ออกระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ของโรงเรียน 2) ให้ความเห็นชอบนโยบาย และแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียน 3) ให้คำแนะนำการบริหารและการจัดการโรงเรียนด้านบุคลากร แผนงาน งบประมาณ วิชาการ กิจกรรมนักเรียน อาคารสถานที่ และความสัมพันธ์กับชุมชนกำกับดูแลให้มีระบบการประกันคุณภาพภายใน ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการให้ความเห็นชอบการกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียน ให้ความเห็นชอบรายงานประจำปี งบการเงินประจำปี และการแต่งตั้งผู้สอบบัญชี พิจารณาคำร้องทุกข์ของครู ผู้ปกครองและนักเรียน คณะกรรมการบริหาร ต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยหนึ่งครั้งในแต่ละภาคการศึกษาปกติ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2551 : 18)

การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน เป็นกิจกรรมการศึกษาที่เอกชนหรือคณะบุคคล เป็นผู้จัดโดยใช้ทรัพยากรหลักทั้งที่เป็นคน ทุนทรัพย์ และวัสดุอุปกรณ์ของภาคเอกชน และจัดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์อันจำกัดสำหรับบุคคลเฉพาะกลุ่มเท่านั้น โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ 1) ผู้จัดกิจกรรมเป็นเอกชน หรือบุคคล หรือคณะบุคคล ในกรณีที่เป็นข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องดำเนินการในฐานะของภาคเอกชน ผู้จัดกิจกรรมดังกล่าว มีชื่อเรียกต่างๆ กัน ได้แก่ ผู้จัดการ เจ้าของ หรือผู้รับใบอนุญาต 2) ทรัพยากรที่ใช้ในการจัดการศึกษา ได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา สิ่งก่อสร้างที่ดิน วัสดุอุปกรณ์ และเงินทุน จะต้องมาจากภาคเอกชนเป็นหลัก 3) วัตถุประสงค์ เป็นการจัดการศึกษา เพื่อประโยชน์อันจำกัดสำหรับบุคคลเฉพาะกลุ่ม เฉพาะเหล่า มิได้จัดให้กับบุคคลทั่วไป 4) ผู้เรียนโดยปกติผู้เรียนจะเป็นบุคคลที่มีพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ ในระดับเดียวกัน ในกรณีนี้หากมีจำนวนผู้เรียนรวมกันทุกผลัดมากกว่า 7 คนขึ้นไป สถานที่นั้นจะได้ชื่อว่าเป็นสถานศึกษาเอกชน ตามกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาเอกชน และได้กำหนดเป้าหมายหลักของการจัดการเรียนการสอนไว้ ดังนี้ 1) จัดทำรายละเอียดหลักสูตรของโรงเรียน หรือที่โรงเรียนใช้ ให้ความเหมาะสมกับสภาพความต้องการของชุมชนและสังคม 2) กิจกรรมการเรียนการสอนทุกกลุ่มประสบการณ์มีความเหมาะสมกับความต้องการ/ความสนใจของนักเรียน และสภาพความแตกต่างของบุคคล 3) จัดการเรียนการสอนที่เหมาะสม โดยเน้นการฝึกฝนให้ผู้เรียนเกิดทักษะกระบวนการ 4) การวัดประเมินผลที่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุงคุณภาพการเรียน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>3</sup>

การสอน 5) ดำเนินตามเป้าหมายหลักอื่นๆ ที่โรงเรียนต้องการเน้น โดยเฉพาะ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2551 : 3-5)

จากสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการศึกษาเอกชน จึงมีการปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง และซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานภาครัฐ ส่วนท้องถิ่น ประชาชน ภาคเอกชน ให้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการพัฒนาการศึกษา ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมของประเทศไทย นำความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ต่างๆ ที่สะสมนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ หาวิธีแก้ปัญหาในชีวิตจริงได้ การส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตามธรรมชาติ และเต็มตามศักยภาพ การพัฒนาทักษะต่างๆ ของผู้เรียน จนสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้ (บุญเลี้ยง ทุมทอง. 2550 : 20)

การนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relationship management) เป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความสนใจและได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก เมื่อการให้บริการและการขายอย่างก้าวเข้ามาสู่ในศตวรรษที่ 21 และนับว่าเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางในบางครั้ง รูปแบบอาจจะดูเหมือนกับการประชาสัมพันธ์ที่ได้มุ่งหวังที่จะสร้างกำไรจากการขาย หากแต่เน้นไปที่การสร้างทัศนคติที่ดีที่มีต่อ โรงเรียนอนุบาลเอกชน หรือองค์กรที่เกิดขึ้นในใจของลูกค้า หรือกลุ่มสังคมเป็นหลัก ส่วนงานการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไม่ใช่เพียงแค่นั้น หากแต่จะต้องการที่จะแสวงหาผลกำไรจากกลุ่มเป้าหมายไปพร้อม ๆ กันกับการสร้างเจตคติที่ดี ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในตัวของลูกค้า โดยที่เราไม่เคยรู้ตัวเลย จนอาจจะกล่าวได้ว่าแนวความคิดทางการตลาดแบบเดิมได้ปรับเปลี่ยนไปเป็นแนวคิดทางการตลาดแบบสร้างสัมพันธ์ และในปัจจุบันนี้โรงเรียนอนุบาลเอกชนเกิดการแข่งขัน เพื่อการครองใจลูกค้าจากกลุ่มเป้าหมายไปพร้อม ๆ กันกับการสร้างเจตคติที่ดี ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในตัวของลูกค้า จึงนำการวางแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ มาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า (รุ่ง แก้วแดง. 2544 : 25)

ปัจจุบันเป็นที่น่าวิตกและถือเป็นวิกฤตของเด็กปฐมวัย เนื่องจากพบว่าโดยภาพรวมเด็กมีแนวโน้มทางด้านพัฒนาการล่าช้า ทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญา หน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กปฐมวัย รวมทั้งสถานรับเลี้ยงเด็กเล็กและการอนุบาลศึกษาในโรงเรียน ไม่สามารถจัดบริการได้อย่างครอบคลุมทั่วถึงและมีคุณภาพทั้งในด้านการบริหารจัดการ วิธีการเลี้ยงดู การพัฒนาผู้ดูแลเด็กและพี่เลี้ยงให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ตลอดจนขาดการกำกับดูแลคุณภาพ มาตรฐาน บริการรวมทั้งการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพให้เหมาะสมตามหลักวิชา การศึกษาปฐมวัยเป็นการจัดการศึกษาบนพื้นฐานการอบรมเลี้ยงดู และส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่สนองต่อธรรมชาติและพัฒนาการของเด็ก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>4</sup>

แต่ละคน ตามศักยภาพ ด้วยความรัก ความเอื้ออาทร และความเข้าใจของทุกคน เพื่อสร้างรากฐาน คุณภาพชีวิตให้เด็กพัฒนาไปสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เกิดคุณค่าต่อตนเองและสังคม มีจุดมุ่งหมายให้เด็กมีพัฒนาการด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม และสติปัญญาที่เหมาะสมกับวัย ความสามารถและความแตกต่างของแต่ละบุคคล โดยยึดหลักในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ที่เป็นการอบรมเลี้ยงดู และให้การศึกษาที่เน้นเด็กเป็นสำคัญ คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และวิถีชีวิตของเด็กตามบริบทของชุมชน สังคม และวัฒนธรรมไทย พัฒนาเด็กโดยองค์รวม ผ่านการเล่นและกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัย ให้สามารถดำรงชีวิตประจำวันได้อย่างมีคุณภาพ และมีความสุข (กรมวิชาการ. 2546 : คำนำ)

การดำเนินงานบริหารพัฒนาคุณภาพโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ ได้กำหนดมาตรฐาน ในการพัฒนาคุณภาพของโรงเรียน ประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ คือ ปรัชญาและเป้าหมายของ โรงเรียน หลักสูตรและกระบวนการการเรียนการสอน บุคลากร ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน การจัดการบริหาร กิจกรรมนักเรียน/นักศึกษาและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน นอกจากนี้โรงเรียน เอกชนแต่ละแห่งจะมีเทคนิค วิธีการ การสร้างจุดเด่นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองในการ ตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน ซึ่งเทคนิควิธีการนี้ เรียกว่า กลยุทธ์ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้ปกครองทั้งในด้านค่าธรรมเนียมการเรียน การประชาสัมพันธ์ ที่ตั้งของ โรงเรียน และมาตรฐานของโรงเรียน นอกจากนี้ผู้ปกครองยังมีความคาดหวังในตัว of นักเรียน ผู้บริหารจะต้องนำไปปรับใช้กับกลยุทธ์ของตน เพื่อให้ผู้ปกครองรู้สึกพอใจและรู้สึกคุ้มค่ากับ ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป และเมื่อสามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้ปกครองได้ ก็จะทำให้ โรงเรียนเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครอง มีผลมาถึงชื่อเสียงของโรงเรียน อัตราการเพิ่มของเด็ก นักเรียนและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น (กมลพรรณ ชิวพันธุ์ศรี. 2549 : 2)

ในฐานะที่ผู้วิจัย เป็นผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัด การศึกษา จึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาประยุกต์ในการบริหารงานวางแผนกลยุทธ์ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน และสร้างความประทับใจและความ ภักดี รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้ปกครองนักเรียน ทำให้ผู้ปกครองนักเรียน เข้ารับ บริการของโรงเรียนเอกชนอย่างต่อเนื่อง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

5

2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

## ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ไปประยุกต์ใช้ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนแห่งอื่น ๆ ให้มีความเป็นไปได้ และให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. หน่วยในการวิเคราะห์

โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 418 โรงเรียน

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 2.1 ประชากร ประกอบด้วย

2.1.1 ชั้นศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ผู้วิจัยกำหนดให้มีคุณสมบัติ ดังนี้ ผู้ที่มีวุฒิปริญญาโท และปริญญาเอก สาขาการบริหารการศึกษา หรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีประสบการณ์ในหน่วยงานทางการศึกษาไม่น้อยกว่า 5 ปี

2.1.2 ชั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 418 คน

#### 2.2 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

2.2.1 ชั้นศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ใช้แบบเจาะจง

2.2.2 ชั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 201 คน คำนวณโดยใช้ตารางของเครจซ์และมอร์แกน (ยูทท โถยวรรณ. 2544 : 104)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>6</sup>

## 3. ตัวแปรที่ศึกษา มีดังนี้

3.1 แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาล เอกชน กรุงเทพมหานคร

3.2 ความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ได้จากการสังเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการ ได้แก่ ขวัญใจ เลี้ยงวิวัฒน์ (2547 : 66-68); ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ (2548 : 36-60) ; วิทยา ด่านธำรงกุล (2549 : 23 – 24) ; คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 50) และฮิตาชิ (Hitachi. 2008 : Web Site) นำมาสังเคราะห์และขั้นตอนและกระบวนการได้แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM และ ขั้นตอนที่ 7 การนำแผน การตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้ โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังภาพประกอบ 1



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร

โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด

ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย

ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM

ขั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง สถานศึกษาเอกชนสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร ที่ให้การศึกษาในระดับชั้นอนุบาลตามหลักสูตร การศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2546 เปิดสอนในระดับชั้นอนุบาล 1 ถึงอนุบาล 3
2. การนำแผนกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการขององค์กร
3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำต่อลูกค้าซึ่งอาจจะ是客户ผู้บริโภคหรือ คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละรายอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีการรับรู้ที่ดี
4. แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง ขั้นตอนและกระบวนการของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียน ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

หน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM และขั้นตอนที่ 7 การนำแผน การตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า หมายถึง การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียนควรพิจารณาจากอายุเป็นหลัก การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากรากฐานการเงินเป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง โรงเรียนควรให้ระยะเวลาผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน โรงเรียนควรกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เศรษฐกิจในปัจจุบันตามความเหมาะสม โรงเรียนควรกำหนดปรัชญาให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพวัฒนธรรมสังคมในท้องถิ่น และบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมคอกโลก โรงเรียน ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์ โรงเรียน ควรมีนโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนอย่างชัดเจน โรงเรียนควรจัดสื่ออุปกรณ์และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับวัยผู้เรียน

ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงประชาชนในชุมชน เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงประชาชนวัยทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงสถานภาพของครอบครัวเป็นหลัก โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงระดับการศึกษาของผู้ปกครองเป็นหลัก โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ปกครองเป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด หมายถึง โรงเรียนควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่การจัดการศึกษาของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ โรงเรียนควรจัดทำสื่อโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนสู่สาธารณะอย่างหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต โรงเรียนควรจัดกิจกรรมมอบรางวัลให้กับนักเรียนที่ดีเด่นในด้านต่าง ๆ โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร โรงเรียนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ โรงเรียนควรแต่งตั้งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการบริหารทั่วไป เพื่อรับผิดชอบตลอดจนการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียนและผู้ปกครอง

ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย หมายถึง โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>9</sup>

การคมนาคมที่สะดวกต่อการส่งบุตรหลานมาโรงเรียน โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดีเพราะรู้จักและคุ้นเคยกับชื่อเสียงของโรงเรียนมายาวนาน โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ในชุมชนวัยทำงานเพราะมีอำนาจในการตัดสินใจสูง โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ในชุมชนสถานภาพครอบครัวสมบูรณ์เพราะมีความพร้อมในการตัดสินใจ โรงเรียนควรพิจารณา และจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครอง อยู่ในชุมชนที่ระดับการศึกษาเพราะผู้ปกครองที่มีการศึกษาจะมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมบุตรหลาน โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ในชุมชน โดยการสำรวจความต้องการของผู้ปกครอง โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ในชุมชนเพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปกครองเป็นผู้กระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ ไปยังลูกค้าคาดหวังคนอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM หมายถึง โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีผู้ปกครองคือเป้าหมายของโรงเรียน โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีวัตถุประสงค์ คือ มุ่งเน้นให้ผู้ปกครองมีความภักดีต่อโรงเรียนและยังแนะนำการให้บริการของโรงเรียนต่อไปยังผู้อื่น โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยระบุกิจกรรมส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ทุกเดือน โรงเรียนควรจัดทำการประเมินแผนการปฏิบัติงาน CRM เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน. โรงเรียนควรนำผลการประเมินมาปรับปรุงแผนปฏิบัติงานในปีต่อไป

ขั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้ หมายถึง บุคลากรภายในโรงเรียนควรเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลากรภายในโรงเรียนควรให้บริการและการสื่อสารกับผู้ปกครอง “แบบ เป็นกันเอง” บุคลากรภายในโรงเรียนควรมีสื่อสารกับผู้ปกครอง “แบบสองทาง” บุคลากรภายในโรงเรียนควรศึกษารายละเอียดความต้องการของผู้ปกครองแต่ละรายเพื่อสร้างฐานข้อมูล (Database) มุ่งเน้นให้บุคลากรภายในโรงเรียนมีกิจกรรมร่วมกับผู้ปกครองเพื่อพัฒนาสัมพันธ์ภาพ

5. ความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง คะแนนที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 201 คน เกี่ยวกับความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน นำไปปฏิบัติจริงโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ภายใต้ศักยภาพความพร้อม ทั้งกับการบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคลากร การบริหารงานงบประมาณ การบริหารงานทั่วไปที่โรงเรียนอนุบาลเอกชนมีอยู่ ซึ่งสอบวัดค่าได้จากแบบสอบถามปลายปิดชนิดประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

10

6. ผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง ผู้มีคุณสมบัติ ดังนี้ ผู้ที่มีวุฒิปริญญาโท และ ปริญญาเอก สาขาการบริหารการศึกษา หรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีประสบการณ์ในหน่วยงานทางการศึกษา ไม่น้อยกว่า 5 ปี
7. ผู้บริหารสถานศึกษา หมายถึง ผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จำนวน 201 คน
8. โรงเรียนอนุบาลเอกชน หมายถึง โรงเรียนอนุบาลเอกชน ที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน โดยนำมาประยุกต์ใช้
2. พัฒนาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน นำมาบริหารโรงเรียน เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของผู้เรียนและผู้ปกครองให้เกิดความพึงพอใจสถานศึกษาเป็นที่ยอมรับให้ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน