



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาคผนวก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา  
โครงสร้าง และหลักวิชา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

143

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา  
โครงสร้าง และหลักวิชา

1. ดร.ศุภลักษณ์ เศษระพานิช ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ โรงเรียนศุภลักษณ์
2. ดร.ปฐมพงษ์ สุขเลิศ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ โรงเรียนจิระศาสตร์วิทยา
3. นายสวัสดิ์ สุจิสาร ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ โรงเรียนพระญาติการาม
4. นายจิระเดช หาชนะนี้ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ โรงเรียนอนุคุณชราราม
5. นางสคดี นัครจันทร์ ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการ โรงเรียนเทพประสิทธิ์วิทยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง  
และหลักวิชาและหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

145



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

147



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาคผนวก ค  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

151

สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน

กรุงเทพมหานคร

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ต้องการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร จากแบบประเมินและการให้ข้อเสนอแนะของผู้ตอบเพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาข้อคำถามและรายการย่อยของ การวางแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความครอบคลุมและมีความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา ด้วยการขีด / ลงในช่องว่างทางขวามือ “เห็นด้วย” “ไม่เห็นด้วย” “ไม่แน่ใจ” ส่วนข้อความ “ข้อเสนอแนะ” ให้ท่านเขียนแนะนำเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนำมาพัฒนา/ปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง

อนงค์นาฏ รัตน์ศิริจันทร์

นักศึกษาลำดับปริญญาตรี สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

152

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างซึ่งตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 31 ปี

( ) 31 – 40 ปี

( ) 41 – 50 ปี

( ) มากกว่า 50 ปี

3. วุฒิการศึกษา

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งปัจจุบัน

( ) รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2

( ) หัวหน้ากลุ่มนิเทศติดตามและประเมินผล สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2

( ) ผู้อำนวยการ โรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2

( ) ผู้จัดการ โรงเรียนเอกชน

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

( ) ต่ำกว่า 5 ปี

( ) 6 – 10 ปี

( ) 11 – 15 ปี

( ) 16 ปีขึ้นไป



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

153

ส่วนที่ 2 การพิจารณาการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร  
โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานครว่าตรงกับเนื้อหา โครงสร้างและหลักวิชา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ความเห็นของทรงคุณวุฒิ			
	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
<b>ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า</b>				
1. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากอายุเป็นหลัก				
2. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากรากฐานการเงินเป็นหลัก				
<b>ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด</b>				
1. โรงเรียนควรให้ระยะเวลาผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน				
2. โรงเรียนควรกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ตามความสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันตามความเหมาะสม				
3. โรงเรียนควรกำหนดปรัชญาให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา				
4. โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพวัฒนธรรมสังคมในท้องถิ่นและบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธยามรดกโลก				
5. โรงเรียนควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์				
6. โรงเรียนควรมีนโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนอย่างชัดเจน				
7. โรงเรียนควรจัดสื่ออุปกรณ์และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับวัยผู้เรียน				



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ความเห็นของทรงคุณวุฒิ			
	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
<b>ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์</b>				
1. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงประชาชนในชุมชนเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก				
2. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึง ประชาชนวัยทำงานเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก				
3. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงสถานภาพของครอบครัว เป็นหลัก				
4. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงระดับการศึกษาของ ผู้ปกครองเป็นหลัก				
5. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความต้องการของ ผู้ปกครองเป็นหลัก				
<b>ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด</b>				
1. โรงเรียนควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดการศึกษาของโรงเรียน อย่างสม่ำเสมอ				
2. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน อย่างสม่ำเสมอ				
3. โรงเรียนควรจัดทำสื่อโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ของนักเรียนสู่สาธารณะอย่างหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต				
4. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมมอบรางวัลให้กับนักเรียนที่ดีเด่น ในด้านต่าง ๆ				
5. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร				



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

155

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ความเห็นของทรงคุณวุฒิ			
	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
<b>ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด</b>				
6. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ				
7. โรงเรียนควรแต่งตั้งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการบริหารทั่วไปเพื่อรับผิดชอบตลอดจนการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียนและผู้ปกครอง				
<b>ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย</b>				
1. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะการคมนาคมที่สะดวก ต่อการส่งบุตรหลานมาโรงเรียน				
2. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะรู้จักและคุ้นเคยกับชื่อเสียงของโรงเรียนมายาวนาน				
3. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ในชุมชนวัยทำงานเพราะมีอำนาจในการตัดสินใจสูง				
4. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ในชุมชนสถานภาพครอบครัวสมบูรณ์เพราะมีความพร้อมในการตัดสินใจ				
5. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ในชุมชนที่ระดับการศึกษาเพราะผู้ปกครองที่มีการศึกษาจะมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมบุตรหลาน				
6. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ในชุมชนโดยการสำรวจความต้องการของผู้ปกครอง				
7. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ในชุมชนเพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปกครองเป็นผู้กระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการไปยังลูกค้าคาดหวังคนอื่นๆ				



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ความเห็นของทรงคุณวุฒิ			
	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
<b>ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM</b>				
1. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีผู้ปกครองคือเป้าหมายของโรงเรียน				
2. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีวัตถุประสงค์คือ มุ่งเน้นให้ผู้ปกครองมีความรักดีต่อโรงเรียนและยังแนะนำการให้บริการของโรงเรียนต่อไปยังผู้อื่น				
3. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยระบุกิจกรรมส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ทุกเดือน				
4. โรงเรียนควรจัดทำประเมินแผนการปฏิบัติงาน CRM เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน				
5. โรงเรียนควรนำผลการประเมินมาปรับปรุงแผนปฏิบัติงานในปีต่อไป				
<b>ขั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้</b>				
1. บุคลากรภายในโรงเรียนควรเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี				
2. บุคลากรภายในโรงเรียนควรให้บริการและการสื่อสารกับผู้ปกครองแบบ “เป็นกันเอง”				
3. บุคลากรภายในโรงเรียนควรมีสื่อสารกับผู้ปกครอง “แบบสองทาง”				
4. บุคลากรภายในโรงเรียนควรศึกษารายละเอียดความต้องการของผู้ปกครองแต่ละราย เพื่อสร้างฐานข้อมูล (Database)				
5. มุ่งเน้นให้บุคลากรภายในโรงเรียนมีกิจกรรมร่วมกับผู้ปกครองเพื่อพัฒนาสัมพันธ์ภาพ				

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเป็นอย่างยิ่ง





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

157

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

สำหรับผู้บริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน  
กรุงเทพมหานคร

เรื่อง แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน

กรุงเทพมหานคร

## คำชี้แจง

- แบบสอบถามฉบับนี้ต้องการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในโรงเรียนอนุบาลเอกชนแห่งอื่น ๆ ให้มีความเป็นไปได้และมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้บริหารสถานศึกษา และครูพิจารณา  
ข้อความ และรายการย่อยของการศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตามความเป็นจริง ทุกข้อ  
โดยข้อมูลที่ท่านตอบจะไม่ส่งผลกระทบต่อสถานศึกษาหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่อย่างใด

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง

อนงค์นาฏ รัตนศิริจันทร์

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

158

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างซึ่งตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 31 ปี

( ) 31 – 40 ปี

( ) 41 – 50 ปี

( ) มากกว่า 50 ปี

3. วุฒิการศึกษา

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งปัจจุบัน

( ) ผู้อำนวยการ โรงเรียน

( ) รองผู้อำนวยการ โรงเรียน

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

( ) ต่ำกว่า 5 ปี

( ) 6 – 10 ปี

( ) 11 – 15 ปี

( ) 16 ปีขึ้นไป



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านพิจารณาเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหารโรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยท่านพิจารณาว่า มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด นำไปประยุกต์ใช้จริงในสถานศึกษาของตนเองได้ภายใต้ศักยภาพความพร้อม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยกำหนดค่าให้มีความหมายของช่วงระดับคะแนน ตามเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด หรือร้อยละ 81 – 100
- ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก หรือร้อยละ 61 – 80
- ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับปานกลาง หรือร้อยละ 41 – 60
- ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับน้อย หรือร้อยละ 21 – 40
- ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับน้อยที่สุด หรือร้อยละ 1 – 20

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับมีความเป็นไปได้				
	5	4	3	2	1
<b>ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า</b>					
1. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากอายุเป็นหลัก					
2. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากรากฐานการเงินเป็นหลัก					
<b>ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด</b>					
1. โรงเรียนควรให้ระยะเวลาผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน					
2. โรงเรียนควรกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ตามความเหมาะสมเศรษฐกิจในปัจจุบันตามความเหมาะสม					
3. โรงเรียนควรกำหนดปรัชญาให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา					
4. โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพวัฒนธรรมสังคมในท้องถิ่นและบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อยุธยา มรดกโลก					



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

160

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับมีความเป็นไปได้				
	5	4	3	2	1
5. โรงเรียนควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์					
6. โรงเรียนควรมีนโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนอย่างชัดเจน					
7. โรงเรียนควรจัดซื้ออุปกรณ์และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับวัยผู้เรียน					
<b>ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์</b>					
1. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงประชาชนในชุมชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก					
2. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึง ประชาชนวัยทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก					
3. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงสถานภาพของครอบครัวเป็นหลัก					
4. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงระดับการศึกษาของผู้ปกครองเป็นหลัก					
5. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ปกครองเป็นหลัก					
<b>ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด</b>					
1. โรงเรียนควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดการศึกษาของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ					
2. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ					
3. โรงเรียนควรจัดทำสื่อโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนสู่สาธารณะอย่างหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต					



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

161

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความเป็นไปได้				
	5	4	3	2	1
4. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมมอบรางวัลให้กับนักเรียนที่ดีเด่น ในด้านต่าง ๆ					
5. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร					
6. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายใน โรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ					
7. โรงเรียนควรแต่งตั้งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการบริหารทั่วไปเพื่อ รับผิดชอบตลอดจนการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายใน โรงเรียนและผู้ปกครอง					
<b>ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับ ความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย</b>					
1. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะการคมนาคมที่สะดวก ต่อการส่งบุตรหลานมาโรงเรียน					
2. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะรู้จักและคุ้นเคยกับชื่อเสียงของโรงเรียนมายาวนาน					
3. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครอง อยู่ในชุมชนวัยทำงานเพราะมีอำนาจในการตัดสินใจสูง					
4. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ ในชุมชนสถานภาพครอบครัวสมบูรณ์เพราะมีความพร้อม ในการตัดสินใจ					
5. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครองอยู่ ในชุมชนที่ระดับการศึกษาเพราะผู้ปกครองที่มีการศึกษาจะมี ทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมบุตรหลาน					
6. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ใน ชุมชนโดยการสำรวจความต้องการของผู้ปกครอง					



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความเป็นไปได้				
	5	4	3	2	1
7. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ในชุมชน เพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปกครองเป็นผู้กระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการไปยังลูกค้าคาดหวังคนอื่นๆ					
<b>ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM</b>					
1. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีผู้ปกครองคือเป้าหมายของโรงเรียน					
2. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีวัตถุประสงค์คือ มุ่งเน้นให้ผู้ปกครองมีความภักดีต่อโรงเรียนและยังแนะนำการให้บริการของโรงเรียนต่อไปยังผู้อื่น					
3. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยระบุกิจกรรมส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ทุกเดือน					
4. โรงเรียนควรจัดทำประเมินแผนการปฏิบัติงาน CRM เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน					
5. โรงเรียนควรนำผลการประเมินมาปรับปรุงแผนปฏิบัติงานในปีต่อไป					
<b>ขั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติให้</b>					
1. บุคลากรภายในโรงเรียนควรเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
2. บุคลากรภายในโรงเรียนควรให้บริการและการสื่อสารกับผู้ปกครองแบบ “เป็นกันเอง”					
3. บุคลากรภายในโรงเรียนควรมีสื่อสารกับผู้ปกครอง “แบบสองทาง”					
4. บุคลากรภายในโรงเรียนควรรายละเอียดความต้องการของผู้ปกครองแต่ละราย เพื่อสร้างฐานข้อมูล (Database)					
5. มุ่งเน้นให้บุคลากรภายในโรงเรียนมีกิจกรรมร่วมกับผู้ปกครอง เพื่อพัฒนาสัมพันธภาพ					

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเป็นอย่างยิ่ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรง เชิงเนื้อหา  
โครงสร้าง และหลักวิชา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

164

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา โครงสร้าง และหลักวิชา

การศึกษาแนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร

โรงเรียนอนุบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความคิดเห็น					ค่า IOC	ความหมาย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
<b>ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลูกค้า</b>							
1. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากอายุเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. การหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงเรียน ควรพิจารณาจากรากฐานการเงินเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด</b>							
1. โรงเรียนควรให้ระยะเวลาผ่อนผันการชำระเงินค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. โรงเรียนควรกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ตามความสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันตามความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. โรงเรียนควรกำหนดค.ป.ร. วิชา ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
4. โรงเรียนควรพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพวัฒนธรรมสังคมในท้องถิ่นและบริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อยุธยา มรดกโลก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. โรงเรียนควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. โรงเรียนควรมีนโยบายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนอย่างชัดเจน	+1	+1	+1	-1	+1	0.80	ใช้ได้
7. โรงเรียนควรจัดสื่ออุปกรณ์และนวัตกรรมที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับวัยผู้เรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความคิดเห็น					ค่า IOC	ความหมาย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
<b>ขั้นตอนที่ 3 การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์</b>							
1. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงประชาชน ในชุมชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึง ประชาชน วัยทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงสถานภาพ ของครอบครัวเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงระดับ การศึกษาของผู้ปกครองเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. โรงเรียนควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความต้องการ ของผู้ปกครองเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนการตลาด</b>							
1. โรงเรียนควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดการศึกษา ของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ ของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. โรงเรียนควรจัดทำสื่อโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริม การเรียนรู้ของนักเรียนสู่สาธารณะอย่างหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาอินเตอร์เน็ต	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมมอบรางวัลให้กับนักเรียนที่ดีเด่น ในด้านต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. โรงเรียนควรจัดทำสื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. โรงเรียนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ภายในโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความคิดเห็น					ค่า IOC	ความหมาย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
7. โรงเรียนควรแต่งตั้งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการบริหารทั่วไป เพื่อรับผิดชอบตลอดจนการส่งเสริมความสัมพันธ์ ระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียนและผู้ปกครอง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>ขั้นตอนที่ 5 การพิจารณาหน่วยในการตัดสินใจซื้อ และระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าแต่ละราย</b>							
1. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้า ชั้นดี เพราะการคมนาคมที่สะดวก ต่อการส่งบุตรหลานมา โรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. โรงเรียนควรพิจารณาผู้ปกครองในชุมชนให้อยู่ในระดับลูกค้าชั้นดี เพราะรู้จักและคุ้นเคยกับชื่อเสียงของโรงเรียนมาช้านาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับ ผู้ปกครองอยู่ในชุมชนวัยทำงานเพราะมีอำนาจในการ ตัดสินใจสูง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครอง อยู่ในชุมชนสถานภาพครอบครัวสมบูรณ์เพราะมีความพร้อม ในการตัดสินใจ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. โรงเรียนควรพิจารณาและจัดระดับลูกค้าชั้นดีให้กับผู้ปกครอง อยู่ในชุมชนที่ระดับการศึกษาเพราะผู้ปกครองที่มีการศึกษา จะมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งเสริมบุตรหลาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ใน ชุมชนโดยการสำรวจความต้องการของผู้ปกครอง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7. โรงเรียนควรส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ของผู้ปกครองอยู่ ในชุมชนเพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปกครองเป็นผู้กระจายข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการบริการไปยังลูกค้าคาดหวังคนอื่นๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แนวทางการนำแผนกลยุทธ์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการบริหาร โรงเรียนอนุบาลเอกชน	ระดับความคิดเห็น					ค่า IOC	ความหมาย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
<b>ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับโปรแกรม CRM</b>							
1. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีผู้ปกครองคือเป้าหมายของโรงเรียน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยมีวัตถุประสงค์คือ มุ่งเน้นให้ผู้ปกครองมีความรักดีต่อโรงเรียนและยังแนะนำการให้บริการของโรงเรียนต่อไปยังผู้อื่น	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. โรงเรียนควรจัดทำแผนการปฏิบัติงาน CRM โดยระบุกิจกรรมส่งเสริมระดับความสัมพันธ์ทุกเดือน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. โรงเรียนควรจัดทำประเมินแผนการปฏิบัติงาน CRM เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. โรงเรียนควรนำผลการประเมินมาปรับปรุงแผนปฏิบัติงานในปีต่อไป	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
<b>ขั้นตอนที่ 7 การนำแผนการตลาด CRM ไปปฏิบัติใช้</b>							
1. บุคลากรภายในโรงเรียนควรเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. บุคลากรภายในโรงเรียนควรให้บริการและการสื่อสารกับผู้ปกครองแบบ “เป็นกันเอง”	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. บุคลากรภายในโรงเรียนควรมีสื่อสารกับผู้ปกครอง “แบบสองทาง”	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. บุคลากรภายในโรงเรียนควรศึกษารายละเอียดความต้องการของผู้ปกครองแต่ละราย เพื่อสร้างฐานข้อมูล (Database)	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. มุ่งเน้นให้บุคลากรภายในโรงเรียนมีกิจกรรมร่วมกับผู้ปกครอง เพื่อพัฒนาสัมพันธภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.98