

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

โรงเรียนเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา เป็นองค์การธุรกิจประเภทหนึ่งเรียกว่า “ธุรกิจการศึกษา” เป็นการจัดการศึกษาซึ่งเอกชนเป็นหน่วยรับภาระการจัดการการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และระดับอุดมศึกษา ใช้หลักการการบริหารทางธุรกิจที่มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และหลักในการบริหารโรงเรียนหลายรูปแบบเพื่อให้โรงเรียนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้เรียน และผู้ปกครองตลอดจนสังคม และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน อย่างไรก็ตามธุรกิจการศึกษานั้นแตกต่างจากธุรกิจทั่วไปในบางประเด็น คือ ธุรกิจการศึกษาเป็นธุรกิจที่ไม่ได้หวังผลกำไรที่เป็นตัวเงิน แต่ผลกำไรที่ได้นั้นเป็นคุณภาพในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในตัวผู้เรียนซึ่งต้องตรงกับความต้องการของสังคม ทำให้สังคมมีค่านิยมที่ดีต่อโรงเรียน เห็นคุณค่าในการจัดการศึกษาที่มีผลต่อคุณภาพของผู้เรียนโดยตรง แต่ถ้าสังคมมีค่านิยมที่ไม่ดีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนแล้ว จะเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อความสำเร็จของโรงเรียน เพราะฉะนั้นการจัดการธุรกิจการศึกษาจึงควรปรับให้เหมาะสมกับกระบวนการพัฒนาคนให้มีความรู้และมีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของสังคมและตรงตามเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพคนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 “ให้คนไทยทุกคนได้รับการพัฒนาทั้งทางร่างกาย จิตใจ ความรู้ ความสามารถ ทักษะการประกอบอาชีพ และมีความมั่นคงในการดำรงชีวิต” และในขณะเดียวกันโรงเรียนควรมีการจัดการศึกษาที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีรายได้พอที่จะครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจการศึกษาให้ก้าวต่อไปอย่างต่อเนื่อง (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา 2551; ธนาลักษณ์ ตันธนกุล 2549; Steinberg 1996)

สภาพของโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาในปัจจุบันมีจุดเด่นอยู่หลายประการ เช่น มีความคล่องตัว และรวดเร็วในการตัดสินใจ ไม่ยึดติดกับกฎระเบียบมากเกินไป ลักษณะการทำงานมีความมุ่งมั่นเพื่อความอยู่รอดของกิจการและมีการบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้คุ้มค่าแก่การลงทุนที่สูงมากเพราะต้องจัดเตรียมเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนพัฒนาความสามารถและทักษะในวิชาชีพของตน รวมถึงความสามารถในการสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าปฏิบัติงานโดย

ได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสม ถึงแม้โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษามีจุดเด่นหลายประการ แต่โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษายังประสบปัญหาอยู่มากในหลายด้าน ประการแรก คือ โรงเรียนอาชีวศึกษาของรัฐขยายจำนวนการรับนักเรียนตามนโยบายขยายโอกาสทางการศึกษาซึ่งค่าใช้จ่ายที่จะเข้าเรียนในโรงเรียนของรัฐต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนอาชีวศึกษาของเอกชน ส่งผลให้โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาต้องแข่งขันทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณกับโรงเรียนของรัฐ ประการที่สอง ความแตกต่างในด้านคุณภาพระหว่างโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาด้วยกันเองทำให้ได้รับการยอมรับของผู้เรียนและผู้ปกครองไม่เท่ากัน เช่น ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ ความเก่าแก่ของชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับมานานปี ขนาดของโรงเรียน ศักยภาพของผู้บริหาร ความเอาใจใส่ของครู และระบบการจัดการเรียนการสอน ประการสุดท้าย คือ ผู้บริหารของโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ขาดความรู้ด้านการบริหารและบริหารงานไม่เป็นระบบ ขาดเทคนิคการบริหารที่มุ่งประโยชน์ต่อผู้เรียนเป็นสำคัญ ไม่มีทักษะพื้นฐานและไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง ไม่เปิดใจให้ทีมงานมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ข้อจำกัดของผู้บริหารดังกล่าว ทำให้การบริหารงานในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร (ธีระ รุญเจริญ 2545; ธนาลักษณ์ ดันธกุล 2549; จรวพร ธรณินทร์ 2549; สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน 2551)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น การบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาในยุคปัจจุบันจึงมีการแข่งขันทั้งในด้านคุณภาพของผู้เรียน และการให้บริการทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบ วิธีการบริหารจัดการองค์การเพื่อให้มีความพร้อมต่อการแข่งขัน ดังจะเห็นได้ว่าโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาหลายแห่งปรับเปลี่ยนบริบท และโครงสร้างการบริหาร โดยยึดหลักของการมีเอกภาพเชิงนโยบายมีความหลากหลายในการปฏิบัติ เน้นระบบการกระจายอำนาจและยึดหลักการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเป็นสำคัญ บางโรงเรียนมุ่งเน้นการบริหารที่ผลสัมฤทธิ์ และบางโรงเรียนมุ่งเน้นกระบวนการจัดการระบบบริหารงานให้มีความสอดคล้องกับการปฏิรูปการศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของผู้เรียนและผู้ปกครองเป็นสำคัญ โดยยึดหลักการบริหาร และการจัดการสถานศึกษาภายใต้ภาระงานการบริหารจัดการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 เป็นพื้นฐานสำคัญผสมผสานแนวคิด ทฤษฎี และรูปแบบการบริหารงานสำหรับสถานศึกษาที่มีความหลากหลาย เพื่อให้เกิดคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เช่น รูปแบบการบริหารจัดการโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานรูปแบบการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม รูปแบบการบริหารงานโรงเรียนเอกชนที่เป็นนิติบุคคล และยักรวมถึงรูปแบบของนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์การสมัยใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม รูปแบบการบริหารจัดการองค์การแบบมุ่งเน้นคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

และการศึกษาวิเคราะห์เทียบเคียงคู่แข่งชั้นที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นองค์การสถานศึกษาที่มีแนวทางการบริหารและการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เป็นต้น (กมล ภูประเสริฐ, 2545; ชีระ รุณเจริญ, 2550)

อย่างไรก็ตาม แนวทางการบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาให้เป็นโรงเรียนที่มีคุณภาพอย่างแท้จริงนั้น ผู้บริหารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพบริบทและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ทั้งในด้านการบริหารงานวิชาการ การบริหารงานการเงิน การบริหารงานบุคลากร และการบริหารงานทั่วไป สำหรับแนวทางการบริหารในปัจจุบัน แนวทางหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในการปรับปรุงการบริหารองค์การธุรกิจ คือ แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management – CRM) ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการที่ถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการช่วยให้องค์กรสามารถจัดกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กรให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อองค์กร และมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการสร้าง การขยายและการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว และการยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าด้วยการใช้วิธีการที่ส่งมอบคุณค่าที่เหมาะสมให้กับลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในตัวองค์กรมีความพึงพอใจ และรับรู้ถึงความเอาใจใส่ขององค์กรต่อลูกค้าเป็นรายบุคคล (วารุณี ดันติวงศ์ วานิช 2545: 3; ดิสพงศ์ พรชนกนาถ 2546: 30; Brown 2000: xii) หลักการ และแนวคิดดังกล่าวข้างต้น แม้เป็นแนวคิดทางธุรกิจแต่สามารถนำมาปรับใช้กับการศึกษาได้ดังที่ Grant และ Anderson (2002: 27-29) กล่าวว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นวิสัยทัศน์ของการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จึงเป็นเรื่องที่ทำนายเพราะโดยทั่วไป CRM จะใช้ในภาคธุรกิจการค้าแต่สามารถประยุกต์ใช้กับสถานศึกษา โดยเฉพาะการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีในสถานศึกษาทั้งผู้เรียนกับสถานศึกษา ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับสถานศึกษา หรือบุคลากรที่อยู่ในสถานศึกษานั้น รวมทั้งการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้เกิดขึ้นโดยใช้หลักการของ CRM ในด้านของผู้เรียนและการติดต่อสื่อสารกับสถานศึกษา เช่น การลงทะเบียนการเรียน การชำระเงินค่าธรรมเนียมการเรียน เป็นต้น ในด้านของบุคลากรในสถานศึกษา CRM เป็นเครื่องมือที่ทำให้มีการสื่อสารระหว่างบุคลากรในหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม เช่น การจ่ายเงินเดือน การอบรมบุคลากร หรือการอำนวยความสะดวกในด้านอื่น ๆ ดังนั้น การประยุกต์หลักการ และแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ผู้โรงเรียนสามารถช่วยทำให้การบริหารจัดการโรงเรียนมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลได้

จากการศึกษาสภาพปัญหาของการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา และแนว ความคิดของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบการบริหาร

องค์การเช่นนี้มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อให้โรงเรียนสามารถจัดกระบวนการบริหารให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน ผู้ปกครอง และสังคม และมีจุดมุ่งหมายในการรักษาและสร้างความสัมพันธ์กับผู้เรียน ผู้ปกครอง และสังคมในระยะยาว และมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการยกระดับความพึงพอใจด้วยวิธีการที่ส่งมอบคุณค่าที่เหมาะสม ทำให้โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาเป็นที่ยอมรับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาและพัฒนารูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาเพื่อให้ได้รูปแบบและการบริหารโรงเรียนที่จะส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนและโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

2. คำถามของการวิจัย

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามของการวิจัยไว้ ดังนี้

- 2.1 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา มีองค์ประกอบอะไรบ้าง
- 2.2 รูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาควรเป็นอย่างไร
- 2.3 รูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาที่นำเสนอมีความเหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในระดับใด

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

- 3.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา
- 3.2 เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา

3.3 เพื่อทดลองและตรวจสอบรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ มาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาดังนี้

4.1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เอกสาร แนวคิดและทฤษฎีของ คิสพงษ์ พรชนกนาถ (2546); วิทยา ด้านธำรงกุล และ พิภพ อุดร (2549); Wilson (1995); Reichheld (1996); Kotler (2000); Horng-Der (2000); Oligvy (2000); Winer (2001); Nykamp (2001); Ocker & Mudambi (2002); Institute of Direct Marketing (2002); Anderson & Kerr (2003); Chen (2003); Future Lab Business Consulting (2003); Newell (2004); Lindgreen (2004); Curry & Kolon (2004); Jason (2004); Sin & Yim (2004); Newell (2005); PHS Management Training (2007); และ Aton (2007) พร้อมทั้งประยุกต์ใช้แนวคิดของ Ocker & Mudambi (2002) ซึ่งเป็นนักวิจัยที่ได้นำเสนอแนวความคิดขององค์การในการเตรียมความพร้อมผู้นำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาใช้ในการบริหารองค์การ จึงได้สาระสำคัญที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5 องค์ประกอบ คือ

4.1.1 การกำหนดนโยบายและความรับผิดชอบ (Policy and commitment)

- 1) การมุ่งความสำคัญกับผู้เรียนกับผู้ปกครอง
- 2) การปรับปรุงกระบวนการทำงาน
- 3) การให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบ

4.1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของ CRM (CRM Objective)

- 1) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 2) การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 3) การขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า

4.1.3 การปรับกระบวนการด้านความรู้ความเข้าใจ (Intellectual Alignment)

4.1.4 การปรับกระบวนการด้านสังคม (Social Alignment)

4.1.5 การปรับกระบวนการด้านเทคโนโลยี (Technology Alignment)

4.2 ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของการบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พุทธศักราช 2545 ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ นโยบาย วัตถุประสงค์ และภารกิจการบริหารโรงเรียน 4 ด้าน ได้แก่

4.2.1 การบริหารงานวิชาการ

4.2.2 การบริหารบัญชีและการเงิน

4.2.3 การบริหารงานบุคคล

4.2.4 การบริหารงานทั่วไป

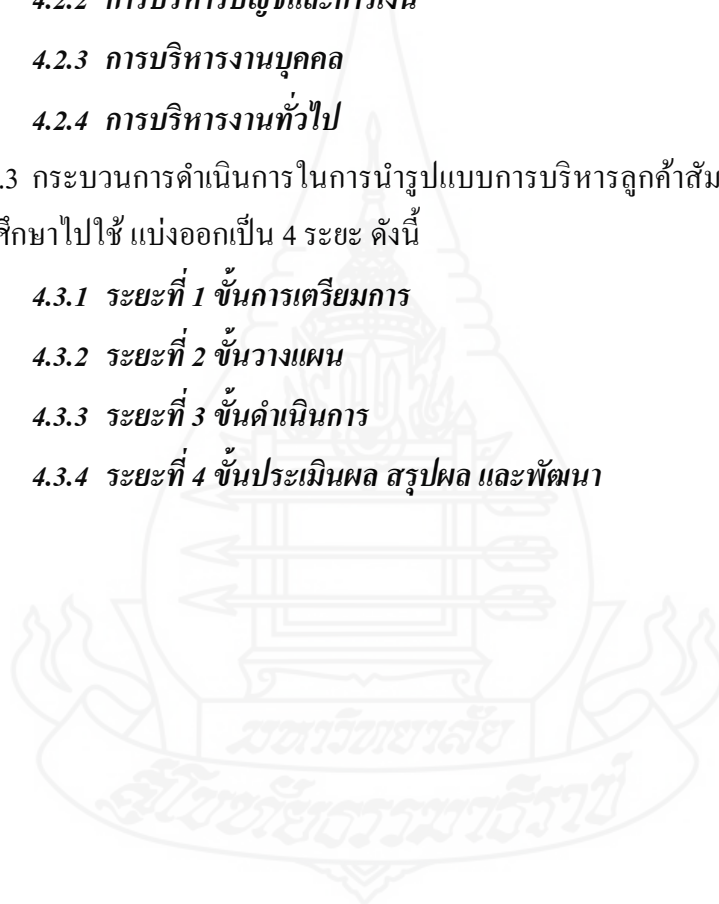
4.3 กระบวนการดำเนินการในการนำรูปแบบการบริหารลูก้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาไปใช้ แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

4.3.1 ระยะที่ 1 ขั้นการเตรียมการ

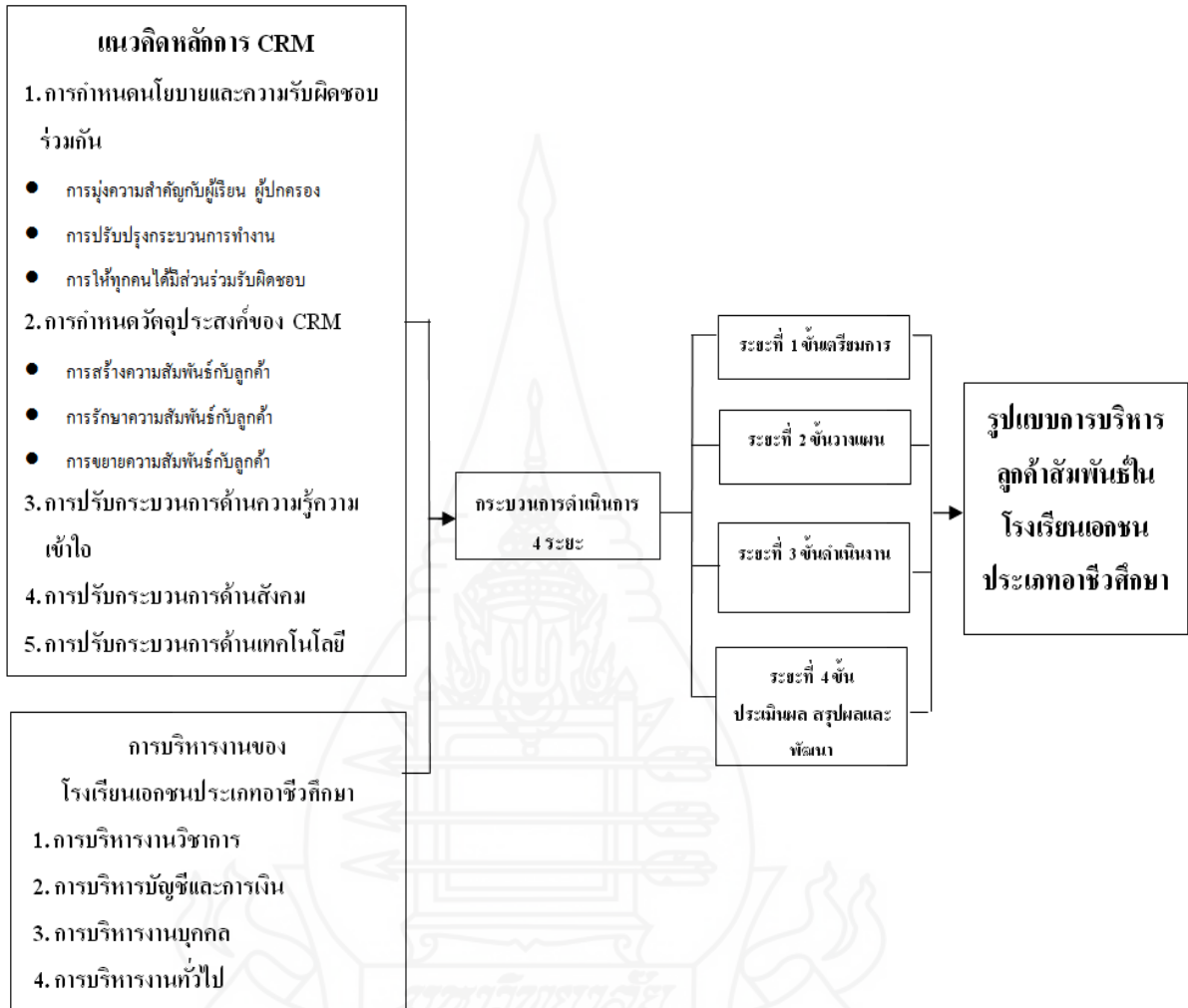
4.3.2 ระยะที่ 2 ขั้นวางแผน

4.3.3 ระยะที่ 3 ขั้นดำเนินการ

4.3.4 ระยะที่ 4 ขั้นประเมินผล สรุปผล และพัฒนา

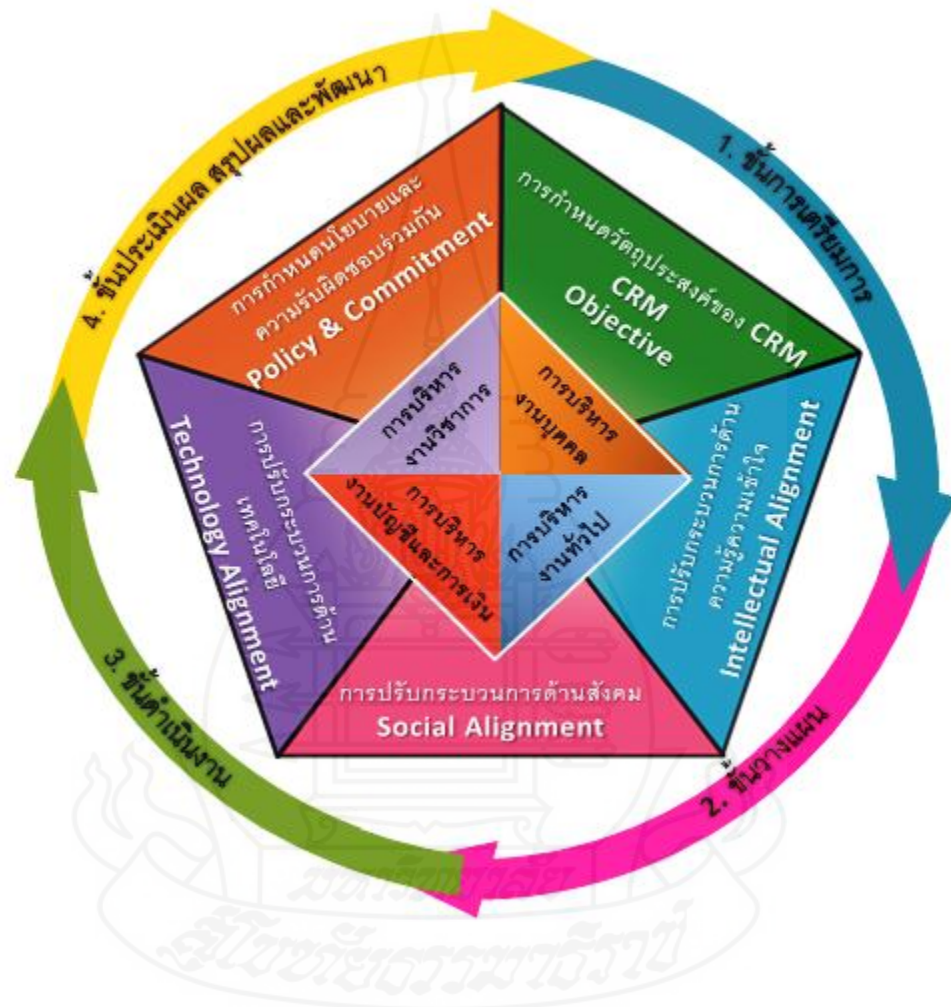


จากกรอบแนวคิดดังกล่าว สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นร่างรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1.2 รูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาเบื้องต้น

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งพัฒนารูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา โดยนำองค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายและความรับผิดชอบร่วมกัน การกำหนดวัตถุประสงค์ของ CRM การปรับกระบวนการด้านความรู้ความเข้าใจ การปรับกระบวนการด้านสังคม และการปรับกระบวนการด้านเทคโนโลยี กับภารกิจการบริหารงาน โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ได้แก่ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบัญชีและการเงิน การบริหารงานบุคคลและการบริหารงานทั่วไป ภายใต้การดำเนินการ 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการ ระยะที่ 2 ขั้นวิเคราะห์และวางแผน ระยะที่ 3 ขั้นดำเนินงาน และระยะที่ 4 ขั้นประเมินผล สรุปผลและพัฒนา นำองค์ประกอบทั้งหมดมาบูรณาการและพัฒนาเป็นรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา

5.2 ขอบเขตด้านประชากร รูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาที่พัฒนาขึ้นใช้สำหรับสถานศึกษา ประเภทอาชีวศึกษาทุกสาขาวิชาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ซึ่งเป็นสถานศึกษาของเอกชน จำนวน 421 โรง

5.3 ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2554 – เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง การบริหารและการดำเนินงานของโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการที่ปฏิบัติในโรงเรียนที่ให้ความสำคัญกับการสร้างการรักษาและการขยายความสัมพันธ์กับผู้เรียนและผู้ปกครอง มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว และการยกระดับความพึงพอใจด้วยการใช้วิธีการที่ส่งมอบคุณค่าที่เหมาะสมให้กับผู้เรียนและผู้ปกครองโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการรวบรวมความต้องการของผู้เรียน และผู้ปกครอง ทำให้เกิดการยอมรับมีความพึงพอใจ และรับรู้ถึงความเอาใจใส่ของโรงเรียน

6.2 รูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง ชุดขององค์ประกอบในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 2) การบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา และ 3) การดำเนินการ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มี 5 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

1) **การกำหนดนโยบายและความรับผิดชอบร่วมกัน** หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษากำหนดเป้าหมายที่แน่นอนเพื่อนำสู่การปรับปรุงการบริการที่เน้นกระบวนการปฏิบัติงานให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับผู้เรียนและผู้ปกครอง มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องใน ทุกส่วนของกิจกรรมและหน่วยงานโดยบุคลากรของโรงเรียนมีส่วนรับผิดชอบร่วมกัน โดยโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษามีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ (1) การให้ความสำคัญกับผู้เรียนและผู้ปกครอง (2) การปรับปรุงกระบวนการทำงาน และ (3) การให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม เพื่อให้การทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ CRM อย่างมีประสิทธิภาพ

2) **การกำหนดวัตถุประสงค์ CRM** หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาเสริมสร้าง รักษาและขยายความสัมพันธ์ ระหว่างโรงเรียนกับผู้เรียนและผู้ปกครองโดยเน้นการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่องและให้ได้ผลการปฏิบัติงานตรงตามความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้ปกครอง จนเกิดความเชื่อมั่นและความภักดีต่อโรงเรียน

3) **การปรับกระบวนการด้านความรู้ความเข้าใจ** หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษากำหนดแนวทางการให้ความรู้กับบุคลากรเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยน ได้แก่ โครงสร้างของโรงเรียน กระบวนการการทำงาน บุคลากร และเทคโนโลยี โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างการวางแผนระดับโรงเรียน หน่วยงานย่อย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

4) **การปรับกระบวนการด้านสังคม** หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาดำเนินการปรับพฤติกรรมการตอบสนองของบุคลากรในโรงเรียนเมื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตนเอง หรือสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนเพื่อโรงเรียนดำเนินการปรับให้คงสภาพสมดุลทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม ได้แก่ ปรับวัฒนธรรมการให้บริการของหน่วยงาน วิธีการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประสบการณ์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ

5) การปรับกระบวนการด้านเทคโนโลยี หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาปรับเปลี่ยนกระบวนการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เน้นข้อมูลของผู้เรียนเป็นฐาน และทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญกับการรักษาข้อมูลต่าง ๆ

6.2.2 ด้านการบริหารโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้การบริหารงานโรงเรียน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การบริหารงานวิชาการ หมายถึง การพัฒนาวิชาการและการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนที่มีขอบเขตของงาน ได้แก่ การกำหนดแผนงานวิชาการ การพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และการประกันคุณภาพสถานศึกษา

2) การบริหารงานบัญชีและการเงิน หมายถึง การบริหารการเงินของโรงเรียน โดยใช้ระบบการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน ประกอบด้วย การวางแผนงบประมาณ การคำนวณต้นทุนกิจกรรม การจัดระบบการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารการเงินและการควบคุมงบประมาณ การรายงานการเงินและผลการดำเนินงาน การบริหารสินทรัพย์ และการตรวจสอบภายใน

3) การบริหารงานบุคคล หมายถึง การบริหารจัดการของโรงเรียนในด้านอัตราค่าจ้าง การปรับเปลี่ยนตำแหน่ง การเลื่อนขั้นเงินเดือน การลา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การดำเนินการทางวินัย การจัดทำทะเบียนประวัติ การส่งเสริมวิทยฐานะ มาตรฐานวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ การขอรับใบอนุญาตและการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา

4) การบริหารงานทั่วไป หมายถึง การบริหารจัดการของโรงเรียนในด้านการพัฒนาระบบและเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ การประสานงานและพัฒนาเครือข่ายสถานศึกษา การวางแผนการบริหารการศึกษางานวิจัยเพื่อพัฒนานโยบายและแผน การจัดการระบบการบริหารและการพัฒนาองค์กร การพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงาน งานเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา การดำเนินงานธุรการ การดูแลอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมการจัดทำสำมะโนผู้เรียน การรับนักเรียนการนำเสนอความเห็นเกี่ยวกับการรวมหรือเลิกสถานศึกษา การประสานการจัดการศึกษาในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย การระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา การทศนศึกษา งานกิจการนักเรียน การประชาสัมพันธ์งานการศึกษา การส่งเสริมสนับสนุนและประสานงานการจัดการศึกษาของบุคคล ชุมชน องค์กรหน่วยงาน และสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษาการประสานราชการส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น การรายงานผลการปฏิบัติงาน การจัดระบบควบคุมภายในหน่วยงานและแนวทางการจัดกิจกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการลงโทษนักเรียน

6.2.3 ด้านการดำเนินการ หมายถึง โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา มีขั้นตอนในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

1) **ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการ** ประกอบด้วย กำหนดนโยบาย และความรับผิดชอบร่วมโดยผู้บริหารระดับสูงประกาศนโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กำหนดวัตถุประสงค์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ปรับกระบวนการด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยีและปรับโครงสร้างระบบงาน

2) **ระยะที่ 2 ขั้นวางแผน** ประกอบด้วย วิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ และจัดทำแผนกลยุทธ์และกำหนดกลยุทธ์ของโรงเรียน

3) **ระยะที่ 3 ขั้นดำเนินการ** เป็นการนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ จัดทำแผนปฏิบัติการ CRM ของหน่วยงานย่อยพร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์นักเรียนสัมพันธ์ (ซึ่งเป็นศูนย์ที่ให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ โดยการนำงานที่ให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนและผู้ปกครอง มารวมให้บริการอยู่ในสถานที่เดียวกันในลักษณะที่ส่งต่องานระหว่างกันทันทีหรือเสร็จในขั้นตอนหรือเสร็จในจุดให้บริการเดียว โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้การให้บริการมีความรวดเร็วขึ้น

4) **ระยะที่ 4 ขั้นประเมินผล สรุปผล และพัฒนา** ประกอบด้วย การประเมินผลตามเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการ สรุปผลการดำเนินงานทั้งระบบ ปรับปรุงการให้บริการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การปฏิบัติงาน มอบรางวัลเพื่อเสริมสร้างกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน

6.3 โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 และจัดการศึกษาตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการหรือหลักสูตรที่ได้รับอนุมัติจากกระทรวง ศึกษาธิการ ในระบบตามมาตรา 15 (1) ประเภทอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนกระทรวงศึกษาธิการ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

โรงเรียนเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา มีรูปแบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่ใช้เป็นเครื่องมือการบริหารจัดการ เพื่อการสร้าง ขยาย และรักษาความสัมพันธ์กับผู้เรียนและผู้ปกครองในระยะยาว และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและผู้ปกครองให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด