

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการ เหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ตลาดในเชิงเปรียบเทียบในมุมมองการจัดการทางการตลาด	4
2.2 การตัดสินใจด้านกลยุทธ์	5
2.3 การพัฒนาสถานศึกษาเพื่อมุ่งคุณภาพทั่วทั้งองค์กร	6
2.4 แนวคิดระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	9
2.4.1 ความหมายและทฤษฎี	9
2.4.2 แบบจำลองทางการตลาดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ	10
2.4.3 ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าสำหรับการศึกษา	11
2.4.4 แนวทางในการพัฒนา	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.2 วิธีการศึกษา	17
3.2.1 ขั้นตอนการศึกษา	17
3.2.2 การเก็บข้อมูล	18
3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	26

3.3 ระยะเวลาการศึกษา	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	27
4.1 การวิเคราะห์ระบบ	27
4.1.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยาลัยพาริอิสเตอร์น	27
4.1.2 โครงสร้างการบริหารและการจัดการ	29
4.1.3 โครงสร้างระบบเทคโนโลยี	29
4.1.4 ระบบโปรแกรมที่มีอยู่เดิม	32
4.1.5 วิเคราะห์การนำระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้	33
4.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ระบบในปัจจุบัน	34
4.2 แนวทางการจัดทำระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า	36
4.2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิทยาลัยพาริอิสเตอร์น	36
4.2.2 การนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อน	37
4.2.3 การได้มาซึ่งลูกค้าขององค์กร	41
4.2.4 การบริการช่วยเหลือสนับสนุน และรักษาลูกค้า	42
4.2.5 การวิเคราะห์ แยกกลุ่มข้อมูลลูกค้าตามศักยภาพ	45
4.3 การจัดทำระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าของวิทยาลัย	46
4.3.1 ระยะเวลาสร้างความเข้าใจระบบ	46
4.3.2 ระยะเวลาเตรียมระบบ โปรแกรมและเครือข่ายให้สอดคล้องระบบ	47
4.3.3 ระยะเวลาพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน และเว็บเพจเพื่อสารสนเทศบนเว็บไซต์	49
4.3.4 ระยะเวลาอบรมและสร้างความเข้าใจ	50
4.4 การนำระบบไปใช้	51
4.5 การประเมินผลระบบ	52
4.5.1 การประเมินผลของอาจารย์ผู้สอนและเจ้าหน้าที่	57
4.5.2 การประเมินผลของผู้เสนอขายสินค้าแก่วิทยาลัย	62
4.5.3 การประเมินผลของตัวแทนจัดหางาน	67
4.5.4 การประเมินผลของนักศึกษาปัจจุบัน	72
4.5.5 การประเมินผลของบัณฑิตและนักศึกษาที่ออกก่อนสำเร็จ	77
4.5.6 การประเมินผลของอาจารย์แนะแนว	82

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
5.1 สรุปผลการศึกษา	87
5.2 อภิปรายผล	94
5.3 ข้อค้นพบ	95
5.4 ข้อเสนอแนะ	97
เอกสารอ้างอิง	99
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำรวจ สำหรับอาจารย์ผู้สอนและเจ้าหน้าที่	101
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำรวจ สำหรับผู้เสนอขายสินค้าแก่วิทยาลัย	103
ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำรวจ สำหรับตัวแทนจัดหางาน	105
ภาคผนวก ง แบบสอบถามสำรวจ สำหรับนักศึกษาปัจจุบัน	108
ภาคผนวก จ แบบสอบถามสำรวจ สำหรับบัณฑิตวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น	111
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามสำรวจ สำหรับอาจารย์แนะแนว	114
ภาคผนวก ช ตัวอย่างหน้าจอกการใช้งานคอมพิวเตอร์	116
ประวัติผู้เขียน	131

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบประเด็นสนใจในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4
ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาการศึกษา	26
ตารางที่ 3 แสดงขอบเขตระบบข้อมูลและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของหน่วยงาน	38
ตารางที่ 4 แสดงที่อยู่ของหน้าหลักของเว็บตามโครงสร้างการบริหาร	47
ตารางที่ 5 แสดงกลุ่มผู้เข้าอบรมสร้างความเข้าใจระบบ	50
ตารางที่ 6 แสดงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบที่ดำเนินการเก็บแบบสอบถาม	52
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบที่เก็บแบบสอบถาม	53
ตารางที่ 8 แสดงองค์ประกอบของระบบที่นำมาประเมินผล	54
ตารางที่ 9 แสดงขอบเขตความหมายของผลคะแนนจากการสำรวจ	56
ตารางที่ 10 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากอาจารย์ผู้สอนและเจ้าหน้าที่	57
ตารางที่ 11 แสดงการอภิปรายผลจากอาจารย์ผู้สอนและเจ้าหน้าที่	58
ตารางที่ 12 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากผู้เสนอขายสินค้าแก๊ววิทยาลัย	62
ตารางที่ 13 แสดงการอภิปรายผลจากผู้เสนอขายสินค้าแก๊ววิทยาลัย	63
ตารางที่ 14 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากตัวแทนจัดหางาน	67
ตารางที่ 15 แสดงการอภิปรายผลจากตัวแทนจัดหางาน	69
ตารางที่ 16 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาปัจจุบัน	72
ตารางที่ 17 แสดงการอภิปรายผลจากนักศึกษาปัจจุบัน	74
ตารางที่ 18 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากบัณฑิต และนักศึกษาที่ออกก่อนสำเร็จการศึกษา	77
ตารางที่ 19 แสดงการอภิปรายผลจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาและออกก่อนสำเร็จ	79
ตารางที่ 20 แสดงผลการเก็บข้อมูลจากอาจารย์แนะแนว	82
ตารางที่ 21 แสดงการอภิปรายผลจากอาจารย์แนะแนว	84

สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 แสดงการวิเคราะห์การตัดสินใจด้านกลยุทธ์ของธุรกิจ	5
รูปที่ 2 แสดงเสาหลักการบริหารสถานศึกษาที่มีคุณภาพทั่วทั้งองค์กร	7
รูปที่ 3 แสดงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ	10
รูปที่ 4 แสดงภาพรวมการให้บริการข้อมูลลูกค้า	13
รูปที่ 5 แสดงโครงสร้างการบริหารงาน	29
รูปที่ 6 แสดงหน่วยงานของส่วนสนับสนุนและบริการลูกค้า	34
รูปที่ 7 แสดงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิทยาลัย	36
รูปที่ 8 แสดงขอบเขตเทคโนโลยีการสื่อสารกับลูกค้าในปัจจุบัน	37
รูปที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการลงทะเบียนและนักศึกษา	41
รูปที่ 10 แสดงการรับทราบที่อยู่คหหมายอิเล็กทรอนิกส์หน้าเว็บไซต์	42
รูปที่ 11 แสดงส่วนสัมพันธ์ในกิจกรรมที่ปฏิบัติตรงต่อลูกค้า	44
รูปที่ 12 แสดงกลุ่มการพัฒนาลูกค้า	45
รูปที่ 13 แสดงส่วนประกอบของเว็บหลักที่บริการต่อลูกค้า	46
รูปที่ 14 แสดงวงจรการนำระบบไปใช้งาน	51