

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาและพิจารณาระบบบริหารและจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์นนั้นในส่วนของกลุ่มลูกค้า (Customer Market) ประกอบด้วย 5 ส่วนหลักได้แก่

- 1) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มพนักงานภายใน (Internal Market)
- 2) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ขายสินค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (Supplier & Alliance Market)
- 3) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัทรับจัดหางาน/พนักงาน (Recruitment/Employee Market)
- 4) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Influence Market)
- 5) การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มอ้างอิง (Referral Market)

ส่วนของกลุ่มลูกค้าเข้าต้นผู้ศึกษาได้มุ่งความเกี่ยวข้องของข้อมูลความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลด้านการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า ข้อมูลส่วนนี้เกี่ยวข้องกับ

- ประวัติข้อมูลพื้นฐานลูกค้า
- กลุ่มของลูกค้า
- พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้า
- การจับจุดติดต่อลูกค้าในส่วนที่ลูกค้าดำเนินกิจกรรมกับองค์กรในส่วนสร้างลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้

2) การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มและพฤติกรรม ข้อมูลส่วนนี้

เกี่ยวข้องกับ

- การออกแบบกิจกรรมทางการตลาด

- การออกแบบกิจกรรมทางการตลาดที่เลียนแบบพฤติกรรมเพื่อความคุ้นเคย
- การจัดตารางกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมถูกจังหวะ
- การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถติดตามลูกค้าไปตามวงจรชีวิตของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม
- การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือลักษณะที่เหมาะสม

3) ข้อมูลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ข้อมูลส่วนนี้เกี่ยวข้องกับ

- การปรับปรุงและจัดให้มีการรวมศูนย์บริการลูกค้าเป็นจุดเดียวหรือการสื่อสารที่เป็นจุดเดียวเพื่อความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้า
- การเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มีหลายช่องทางเพื่อความสะดวกในการเลือกช่องทางการสื่อสารของลูกค้า

4) ข้อมูลด้านการเปิดจังหวะการขายอัตโนมัติอย่างกลมกลืนเหมาะสม ข้อมูลส่วนนี้เกี่ยวข้องกับ

- ใช้โอกาสในข้อมูลเพื่อเปิดการขายหรือขยายโอกาสการขาย
- ให้ข้อมูลหรือช่องทางการขายที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการขายอย่างอัตโนมัติ
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและนำเสนอสินค้าอย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ขั้นตอนการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินขั้นตอนการศึกษาตามลำดับดังนี้

1) วิเคราะห์ระบบ ได้แก่วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของวิทยาลัยตั้งแต่ข้อมูลเบื้องต้น วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง การวางโครงสร้างการบริหาร โครงสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบข้อมูล และโปรแกรมที่ใช้อยู่ในส่วนงาน

2) สำรวจความต้องการด้านระบบ ได้แก่การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น การนำข้อมูลระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร การได้มาซึ่งลูกค้าขององค์กร การรักษา การบริการช่วยเหลือ และการสนับสนุนลูกค้าในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับระบบ

3) เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้กับระบบ ได้แก่การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นกับระบบในส่วนของ

- ข้อมูลด้านการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า
- การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มและพฤติกรรม
- ข้อมูลการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
- ข้อมูลด้านการเปิดจังหวะการขายอัตโนมัติอย่างกลมกลืนเหมาะสม

4) วิเคราะห์ระบบเครื่อง และโปรแกรม ได้แก่การศึกษาในรายละเอียดของระบบเครื่องระบบเครือข่าย และระบบโปรแกรมที่ให้บริการ โดยเจาะจงข้อมูลที่มีอยู่ในระบบที่มีอยู่เดิม ข้อมูลที่ต้องเพิ่มเติม ข้อมูลที่เกิดจากกิจกรรมที่กระทำบนระบบ หรือที่จะสร้างประเด็นที่ต้องการในการจัดทำระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์

5) ร่วมจัดทำระบบ ได้แก่การจัดทำระบบในส่วนต่างๆที่จำเป็น โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือ ส่วนงานจัดทำเว็บไซต์ ส่วนพัฒนาระบบ และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

6) ประชุมตรวจสอบผลและ เก็บข้อมูลสำรวจ ได้แก่การประชุมประเมินการปฏิบัติการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำระบบ โดยรวมการปรับปรุงแก้ไขระบบให้เหมาะสมมากขึ้นด้วย

7) วิเคราะห์และอภิปรายผล ได้แก่การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินผลในข้อที่ 6 ในเชิงสถิติให้ได้ค่าที่ประเมินได้ในเชิงตัวเลขที่สามารถเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้ระบบ

8) ส่งรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ จัดทำรายงานการค้นคว้าอิสระและนำเสนอ

3.2.2 การเก็บข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามโดยสร้างแบบสอบถาม 5 ชุด และเก็บสำรวจข้อมูล จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของวิทยาลัยจำนวน 5 กลุ่มดังนี้

1) แก่กลุ่มพนักงานภายใน หมายถึงกลุ่มผู้ทำงานติดต่อลูกค้าโดยตรงมีผลโดยตรงกับการให้บริการต่อลูกค้า ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่สำนักบริการการศึกษา เจ้าหน้าที่การเงิน นักศึกษา เจ้าหน้าที่สนับสนุนห้องปฏิบัติการต่างๆ เจ้าหน้าที่สำนักวิทยบริการ อาจารย์พิเศษผู้ทำการสอน

แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 การเข้าใจพฤติกรรมนักศึกษา

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับทราบประวัติและข้อมูลพื้นฐานนักศึกษา
- ความสามารถในการจัดกลุ่มของนักศึกษาได้
- ความสามารถในการรับทราบพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของนักศึกษาได้
- การมีจุดติดต่อนักศึกษาให้อาจารย์ในส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มและพฤติกรรมของนักศึกษา

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถจัดกิจกรรมไปสู่นักศึกษาได้
- ความสามารถจัดกิจกรรมการตลาดที่เลียนแบบพฤติกรรมที่คุ้นเคยของนักศึกษาได้
- ความสามารถของอาจารย์ที่มักจะได้รับการตอบรับในกิจกรรมที่จัดให้หรือกิจกรรมทางการตลาด
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถติดต่อนักศึกษาไปได้ตลอดเวลา
- ความสามารถในการใช้ถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพเหมาะสม

หมวดที่ 3 การติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการรวมศูนย์บริการนักศึกษาไว้เป็นจุดเดียว
- ความพอใจที่วิทยาลัยได้กำหนดให้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มีหลายจุดเพื่อความสะดวกในการเข้าสู่เครือข่าย

หมวดที่ 4 การเปิดจังหวะการขายอัตโนมัติอย่างกลมกลืนเหมาะสม

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การที่ระบบสามารถเปิดโอกาสในข้อมูลการขายหรือขยายโอกาสการขายได้
- การที่ระบบสามารถให้ข้อมูลหรือช่องทางการขายที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการขายอย่างอัตโนมัติ

- การที่ระบบสามารถให้ข้อมูลในสินค้าและนำเสนอสินค้าอย่างเหมาะสม

2) **กลุ่มผู้ขายสินค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ** หมายถึงผู้เสนอขายทรัพยากร พันธมิตรที่ เป็นผู้เสนอความรู้ ความสามารถ ความชำนาญต่างๆ ได้แก่ ผู้เสนอขายสินค้า ที่ปรึกษา อาจารย์ พิเศษผู้ให้การอบรม ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์

แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับทราบประวัติและข้อมูลวิทยาลัยเป็นอย่างดี
- ความสามารถในการเสนอขายสินค้าตามกลุ่มกิจกรรมของวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสม
- ความสามารถในการทราบพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัย
- ความพอใจที่มีการจัดจุดติดต่อในส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกิจกรรมธุรกิจของวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการเสนอขายสินค้าให้กับวิทยาลัย
- ความสามารถจัดกิจกรรมการตลาดที่เลียนแบบการดำเนินธุรกิจโดยปกติของวิทยาลัย
- การได้รับการตอบรับในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่จัดให้วิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถติดตามการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัยได้ตลอดเวลา
- การใช้และได้รับถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพเหมาะสม

หมวดที่ 3 ความสะดวกกับการติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการรวมศูนย์บริการไว้เป็นจุดเดียวบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารหลากหลาย เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร

หมวดที่ 4 ความสามารถในการเปิดจังหวะการขายอย่างอัตโนมัติ เหมาะสมกลมกลืน
ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการเปิดให้มีโอกาสการขายหรือขยายโอกาสการขาย
- ความพอใจที่วิทยาลัยมีระบบที่ทำให้สามารถให้ข้อมูลหรือช่องทางการขายที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการขายได้อย่างอัตโนมัติ
- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีระบบที่ทำให้สามารถให้ข้อมูลในสินค้าและนำเสนอสินค้าได้อย่างเหมาะสม

3) กลุ่มบริษัทจัดหางาน พนักงาน ตัวแทนจัดหางาน หมายถึง นายหน้าหาอาจารย์ และเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงาน ได้แก่ บริษัทจัดหางานจังหวัดเชียงใหม่
แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 การเข้าใจการดำเนินกิจกรรมธุรกิจของวิทยาลัย
ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับทราบประวัติและข้อมูลของวิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดหาบุคลากรให้กับหน่วยงานของวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสม
- ความสามารถในการทราบพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัย
- ความพอใจในการที่จัดจุดติดต่อในส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกิจกรรมทางธุรกิจของวิทยาลัย
ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการเสนอบุคลากรให้กับวิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจโดยปกติของวิทยาลัย
- การได้รับการตอบรับในกิจกรรมทางการตลาดที่ได้จัดให้แก่วิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถติดตามการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัยได้ตลอดเวลา พร้อมทั้งจะมีบุคลากรสนับสนุนให้วิทยาลัยได้เมื่อวิทยาลัยมีความต้องการ
- การได้รับถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพ เหมาะสม

หมวดที่ 3 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัย
ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการรวมศูนย์บริการไว้เป็นจุดเดียวบนเครือข่าย
- ความรู้สึกพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารหลากหลายเพื่อความสะดวกในการติดต่อ

หมวดที่ 4 ความสามารถในการเปิดแจ้งหะการขายได้อย่างอัตโนมัติ เหมาะสม

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการมีโอกาสนในการเปิดการขายหรือขยายโอกาสการขายได้กับวิทยาลัย
- ความพอใจที่วิทยาลัยมีระบบที่ทำให้สามารถให้ข้อมูลหรือช่องทางการขายที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการขายอย่างอัตโนมัติ
- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีระบบที่ทำให้สามารถให้ข้อมูลต่อผู้มีความประสงค์จะสมัครงานกับวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสม

4) กลุ่มอ้างอิง หมายถึง กลุ่มที่มีผลกระทบโดยตรงต่อกิจการ ได้แก่ ลูกค้ำปัจจุบัน ลูกค้ำ

อดีต ได้แก่ ผู้ทำธุรกิจต่างตอบแทนกับวิทยาลัย ผู้ทำธุรกิจต่อกันแบบมีสิ่งจูงใจ¹¹ นักศึกษาปัจจุบันบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา นักศึกษาที่ไม่สำเร็จการศึกษา นักศึกษาทุนช่วยงาน และนักศึกษอาสาสมัครทางการตลาด¹² โดยผู้ศึกษาได้แยกแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลนักศึกษาเป็นสองกลุ่มคือ

กลุ่มที่ยังคงลงทะเบียนอยู่กับสถาบัน ได้แก่ นักศึกษาปัจจุบัน นักศึกษาทุน และนักศึกษอาสาสมัครทางการตลาด

แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 การเข้าใจพฤติกรรมของอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับทราบประวัติและข้อมูลพื้นฐานของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัย
- ความสามารถในการแยกกลุ่มหรือสังกัดอาจารย์ได้

¹¹ ผู้ทำธุรกิจต่อกันแบบมีสิ่งจูงใจ หมายถึง ผู้ที่แนะนำสินค้าและบริการขององค์กรแล้วได้ผลตอบแทนกลับไป

¹² นักศึกษาอาสาสมัครทางการตลาด หมายถึง นักศึกษาที่ทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้แก่วิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

- ความสามารถในการทราบตารางเวลางานของอาจารย์ได้
- ความพอใจที่มีการจัดจุดติดต่ออาจารย์ให้ในส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การรับรู้การจัดกิจกรรมและการให้บริการต่อท่าน

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการรับทราบข้อมูลการจัดกิจกรรมของวิทยาลัย
- การที่วิทยาลัยสามารถทำให้สามารถทราบถึงกิจกรรมที่จัดให้ขณะที่กำลังใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอนอยู่
- การตอบรับในกิจกรรมของวิทยาลัยที่จัดให้
- ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องกับวิทยาลัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ที่วิทยาลัย
- การใช้และได้รับการใช้ถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพ เหมาะสม

หมวดที่ 3 การติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยจัดให้มีการรวมศูนย์การให้บริการจุดเดียว
- ความพอใจที่วิทยาลัยกำหนดให้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารหลายจุด เพื่อความสะดวกในการเข้าสู่เครือข่าย

หมวดที่ 4 การได้รับการแนะนำ การเสนอบริการเพิ่มเติมอย่างอัตโนมัติจากวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับการเปิดโอกาสให้สามารถลงทะเบียนเรียน หรืออบรมสัมมนา ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ความพอใจที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถให้ข้อมูลหรือช่องทางการเสนอขายสินค้าบริการที่เหมาะสม อย่างอัตโนมัติ
- ความพอใจที่มีระบบที่สามารถให้ข้อมูลในสินค้า หรือบริการของวิทยาลัย โดยนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มที่พ้นไปจากสถาบันแล้ว ได้แก่ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา นักศึกษาที่ไม่สำเร็จการศึกษาออกกลางคัน

แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 การเข้าใจพฤติกรรมอาจารย์และเจ้าหน้าที่

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การยังคงได้รับทราบประวัติและข้อมูลอาจารย์ เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัย
ถึงแม้ไปอยู่ห่างไกล
- ความสามารถแยกกลุ่มหรือสังกัดของอาจารย์
- ความสามารถในการทราบพฤติกรรมและตารางเวลางานของอาจารย์
- ความพอใจที่ยังมีการจัดจุดติดต่ออาจารย์ให้ในส่วนเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การรับรู้การจัดกิจกรรมและการให้บริการ

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่ยังสามารถรับทราบการจัดกิจกรรมของวิทยาลัยได้อยู่
- ความพอใจที่วิทยาลัยยังสามารถทำให้ทราบถึงกิจกรรมที่จัดในขณะที่
ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อทำงาน
- ความสามารถในการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตของวิทยาลัยได้เสมอ
- ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องกับวิทยาลัยได้ตลอด
ระยะเวลาที่สำเร็จการศึกษาไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม
- การได้รับการใช้ถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพ เหมาะสม

หมวดที่ 3 การติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยยังจัดให้มีการรวมศูนย์การให้บริการเป็นจุดเดียว
- ความพอใจที่วิทยาลัยยังมีช่องทางสื่อสารแก่ท่านหลายจุดเพื่อ
ความสะดวกในการสื่อสาร

หมวดที่ 4 การได้รับการแนะนำ การเสนอบริการเพิ่มเติมอย่างอัตโนมัติจากวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่ยังคงได้รับการเปิดโอกาสให้สามารถลงทะเบียนเรียน
หรืออบรมสมนาในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ความพอใจที่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลหรือช่อง
ทางการขายที่เหมาะสม อย่างอัตโนมัติอยู่
- ความพอใจที่ยังคงมีระบบที่สามารถให้ข้อมูลในสินค้า บริการของ
วิทยาลัย และสามารถนำเสนอให้อย่างเหมาะสม

5) กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า หมายถึงกลุ่มที่มีผลทางอ้อมต่อลูกค้า

ได้แก่อาจารย์ฝ่ายแนะแนว

แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 หมวดดังนี้

หมวดที่ 1 การเข้าใจการดำเนินงานกิจกรรมทางธุรกิจของวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- การได้รับทราบประวัติและข้อมูลวิทยาลัยเป็นอย่างดี
- ความสามารถในการทราบถึงกิจกรรมของกลุ่มและหน่วยงานต่างๆ
- ความสามารถในการทราบพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัย
- ความพอใจที่มีการจัดจุดติดต่อในส่วนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

หมวดที่ 2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกิจกรรมธุรกิจของวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความสามารถในการเสนอข่าวของวิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจโดยปกติของวิทยาลัย
- การได้รับการตอบรับจากวิทยาลัยในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่ได้จัดให้แก่วิทยาลัย
- ความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถติดตามการดำเนินธุรกิจของวิทยาลัยได้ตลอดเวลา หมายถึงพร้อมที่จะมีข่าวทางการตลาดนำเสนอให้แก่วิทยาลัยได้ตลอดเวลา
- การได้รับถ้อยคำในการสื่อสารสุภาพ เหมาะสม

หมวดที่ 3 ความสะดวกกับการติดต่อสื่อสารกับวิทยาลัย

ข้อมูลในหมวดนี้สำรวจ

- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการรวมศูนย์บริการเป็นจุดเดียวบนเครือข่าย
- ความพอใจที่วิทยาลัยได้จัดให้มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารหลากหลาย เพื่อความสะดวกในการติดต่อ

ข้อมูลทุติยภูมิ

เก็บและสำรวจข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลระบบของหน่วยงานต่างๆภายในวิทยาลัย รวมถึงเอกสารในสำนักวิทยบริการ วิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวัดระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพของข้อมูล โดยเกณฑ์ทางสถิติที่วัดโดยค่าเฉลี่ย ซึ่งเป็นผลเฉลี่ยที่ได้จากคะแนนทั้งหมดหรือคำตอบทั้งหมดที่มีต่อคำถามของแบบสำรวจทั้งหมดในกลุ่มสำรวจนั้นๆ

3.3 ระยะเวลาการศึกษา

การดำเนินการศึกษานี้มีขั้นตอนและระยะเวลาแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาการศึกษา

การดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ								
	2545				2546	2547			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
วิเคราะห์ระบบ	—			→					
สำรวจความต้องการด้านระบบ	—	→	→	→					
เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้กับระบบ	—	→	→	→					
วิเคราะห์ระบบเครื่อง และ โปรแกรม		→	→	→					
ร่วมกันจัดทำระบบ				→	→	→	→		
ตรวจสอบผลและ เก็บข้อมูลสำรวจ						→	→	→	→
วิเคราะห์ผลและอภิปรายผล						→	→	→	→
ส่งรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ							→	→	→