

ภาคผนวก ง

ผลการประเมินแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง

**ผลการประเมินแบบสอบถามบทบาทของการตลาดในการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา
ที่ประสบความสำเร็จในตลาดอาเซียนโดยผู้เชี่ยวชาญ**

ตอนที่ 2 การฝึกกำลังทางทรัพยากรทางการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
<u>หน่วยงานในสถาบันการศึกษา</u>							
6. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นในการจัดเตรียมหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรในความต้องการของตลาดอาเซียน	1	1	1	1	1	5	1.00
7. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการแต่งตั้งบุคลากรเพื่อรับผิดชอบในการจัดเตรียมหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรในความต้องการของตลาดอาเซียนอย่างชัดเจน	1	1	1	1	1	5	1.00
8. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการวางแผนและกำหนดแนวทางในหน่วยงานใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนอย่างชัดเจน	1	1	1	1	1	5	1.00
<u>ช่องทางการตลาดของหลักสูตร</u>							
9. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการรับนักศึกษาได้หลากหลายช่องทางในหลักสูตรใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน เช่น การรับตรง การรับจากส่วนกลาง เป็นต้น	0	1	1	1	1	4	0.80
10. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการขยายโอกาสทางการศึกษาในหลักสูตรใหม่ๆ เช่น โครงการนักศึกษาเรียนดีจากชนบท ผู้พิการ ความสามารถดีเด่นด้านกีฬา เป็นต้น ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน	1	1	0	1	1	4	0.80
11. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการร่วมมือในการรับนักศึกษาในหลักสูตรใหม่ๆ กับสถาบันอื่นๆ เช่น การแลกเปลี่ยนนักศึกษา การรับโดยตรง เป็นต้น ที่สอดคล้องกับ	1	1	1	0	1	4	0.80

ตลาดอาเซียน							
รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา							
12. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน	1	1	1	1	1	5	1.00
13. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการอบรมความรู้ใหม่ๆ ให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน	1	1	1	1	1	5	1.00
14. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน	1	1	1	1	1	5	1.00

ตอนที่ 3 การฝึกกำลังของทักษะการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
ประสบการณ์ทางการตลาดเพื่อการศึกษา							
15. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีประสบการณ์ในการเปิดหลักสูตรใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน	1	1	0	1	1	4	0.80
16. สถาบันอุดมศึกษาของท่านได้มีเป้าหมายทางการตลาดของหลักสูตรใหม่ๆ อย่างชัดเจนที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน	1	1	0	1	1	4	0.80
17. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีความสามารถในการดำเนินการค้นหาหลักสูตรใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน	0	1	1	1	1	4	0.80
ความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษา							
18. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาในการสร้างหลักสูตรใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน	1	1	1	1	1	5	1.00

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
19. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาที่สอดคล้องกับหลักสูตรตลาดอาเซียน	0	1	1	1	1	4	0.80
20. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาและจัดเก็บอย่างเป็นระบบสะดวกและเข้าถึงง่ายที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน	0	1	1	1	1	4	0.80

ตอนที่ 4 ความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
<u>ลักษณะของตลาดเพื่อการศึกษา</u>							
21. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีหลักสูตรใหม่ๆที่สามารถเลียนแบบได้ยากในระยะเวลาอันสั้น	1	1	0	1	1	4	0.80
22. มีหลักสูตรใหม่ๆสอดคล้องกับตลาดอาเซียนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสอดคล้องกับตำแหน่งสถาบันอุดมศึกษาของท่าน	1	1	1	1	1	5	1.00
23. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีหลักสูตรใหม่ๆสอดคล้องกับตลาดอาเซียนที่มีคู่แข่งน้อยราย	1	1	0	1	1	4	0.80
<u>แนวโน้มทางการตลาดเพื่อการศึกษา</u>							
24. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีศักยภาพทางการตลาดเพื่อการศึกษาที่เหนือกว่าคู่แข่ง	1	0	0	1	1	3	0.60
25. สถาบันอุดมศึกษาของท่านสามารถทำตลาดได้หลากหลายหลักสูตรที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนได้ดีกว่าคู่แข่ง	1	1	0	1	1	4	0.80
26. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการติดตามประเมินผลในหลักสูตรเปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนอย่างต่อเนื่อง	1	0	1	0	1	3	0.60

ตอนที่ 5 ความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
<u>กำไรในการจัดการหลักสูตร</u>							
27. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่ สอดคล้องกับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่ดีกว่าหลักสูตรอื่นๆ ในสถาบันอุดมศึกษาเดียวกัน	1	0	0	1	1	3	0.60
28. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่ สอดคล้องกับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่ดีกว่าหลักสูตรเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1	1	0	1	1	4	0.80
29. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่ สอดคล้องกับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่เกินจุดคุ้มทุน	1	1	1	1	1	5	1.00
<u>ความพึงพอใจของหลักสูตรโดยรวม</u>							
30. ท่านมีความพอใจกับหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน	1	1	1	1	1	5	1.00
31. การพัฒนาหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน จะสามารถตอบสนองการสร้างนวัตกรรมให้กับสถาบันการศึกษาได้	1	1	1	1	1	5	1.00
32. คุณภาพของหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน มีความเป็นมาตรฐานระดับสากล	1	1	1	1	1	5	1.00
<u>คุณค่าที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษา</u>							
33. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน ได้มีส่วนช่วยในบริการวิชาการแก่สังคมทั่วไป	1	1	0	1	1	4	0.80

รายการ/ข้อคำถาม	ผู้ประเมิน/คน					รวม	แปลผล
	1	2	3	4	5		
34. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน ได้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ	1	1	1	1	1	5	1.00
35. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่านสามารถตอบสนองตลาดแรงงานอาเซียนได้เป็นอย่างดี	1	1	0	1	1	4	0.80