

ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง บทบาทของการตลาดในการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา ที่ประสบความสำเร็จในตลาดอาเซียน

แบบสอบถามความคิดเห็นชุดนี้ จัดทำขึ้น โดยผู้วิจัยจากวิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสังเคราะห์แนวทางการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนากำหนดด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษาเป็นแนวคิดของการพัฒนาหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรในความต้องการของตลาดอาเซียนที่ตรงกับตลาดเป้าหมายอย่างแท้จริง และเพื่อให้การศึกษามีความครบถ้วนและครอบคลุม จึงใคร่ขอรับทราบความคิดเห็นโดยข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2: การพัฒนากำหนดทางทรัพยากรทางการตลาด

ตอนที่ 3: การพัฒนากำหนดของทักษะทางการตลาด

ตอนที่ 4: ความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด

ตอนที่ 5: ความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา

ตอนที่ 6: ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบคำถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัย

สิงหาคม 2556

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 30 ปี

☐ 2) 31 – 35 ปี

☐ 3) 36 - 40 ปี

☐ 4) 41 – 45 ปี

☐ 5) 46 – 50 ปี

☐ 6) 51 – 55 ปี

☐ 7) 56 – 60 ปี

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ 1) ปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาโท

☐ 3) ปริญญาเอก

☐ 4) อื่น ๆ

4. หน้าที่ที่ปฏิบัติในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

☐ 1) อธิการบดี

☐ 2) รองอธิการบดี

☐ 3) ผู้ช่วยอธิการบดี

☐ 4) คณบดี

☐ 5) รองคณบดี

☐ 6) ผู้ช่วยคณบดี

5. ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งนับตั้งแต่เป็นผู้บริหาร

☐ 1) 0 – 5 ปี

☐ 2) 5 – 10 ปี

☐ 3) 15 – 20 ปี

☐ 4) 25 – 30 ปี

☐ 5) 30 ปีขึ้นไป

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมในระดับคะแนนที่ตรงกับพื้นฐานความเป็นจริงที่ตรงกับสถาบันอุดมศึกษาที่ท่านปฏิบัติงานอยู่โดยกำหนดระดับคุณภาพเป็น 5 ระดับ คือ 5, 4, 3, 2 และ 1 ดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	มีความเห็นด้วยมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีความเห็นด้วยมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีความเห็นด้วยปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีความเห็นด้วยน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 การฝึกกำลังทางทรัพยากรทางการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<u>หน่วยงานในสถาบันการศึกษา</u>					
6. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นในการจัดเตรียมหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรในความต้องการของตลาดอาเซียน					
7. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการแต่งตั้งบุคลากรเพื่อรับผิดชอบในการจัดเตรียมหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรในความต้องการของตลาดอาเซียนอย่างชัดเจน					
8. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการวางแผนและกำหนดแนวทางในหน่วยงานใหม่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนอย่างชัดเจน					
<u>ช่องทางการตลาดของหลักสูตร</u>					
9. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการรับนักศึกษาได้หลากหลายช่องทางในหลักสูตรใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน เช่น การรับตรง การรับจากส่วนกลาง เป็นต้น					
10. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการขยายโอกาสทางการศึกษาในหลักสูตรใหม่ๆ เช่น โครงการนักศึกษาเรียนดีจากชนบท ผู้พิการ ความสามารถดีเด่นด้านกีฬา เป็นต้น ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					
11. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการร่วมมือในการรับนักศึกษาในหลักสูตรใหม่ๆ กับสถาบันอื่นๆ เช่น การแลกเปลี่ยนนักศึกษา การรับโดยตรง เป็นต้น ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					
<u>บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา</u>					
12. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน					
13. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการอบรมความรู้ใหม่ๆ ให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน					

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
14.สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน					

ตอนที่ 3 การฝึกกำลังของทักษะการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<u>ประสบการณ์ทางการตลาดเพื่อการศึกษา</u>					
15. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีประสบการณ์ในการเปิดหลักสูตรใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องรองรับหลักสูตรตลาดอาเซียน					
16. สถาบันอุดมศึกษาของท่านได้มีเป้าหมายทางการตลาดของหลักสูตรใหม่ๆ อย่างชัดเจนที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					
17. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีความสามารถในการดำเนินการค้นหาหลักสูตรใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					
<u>ความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษา</u>					
18. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาในการสร้างหลักสูตรใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					
19. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาที่สอดคล้องกับหลักสูตรตลาดอาเซียน					
20. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางการตลาดเพื่อการศึกษาและจัดเก็บอย่างเป็นระบบสะดวกและเข้าถึงง่ายที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียน					

ตอนที่ 4 ความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<u>ลักษณะของตลาดเพื่อการศึกษา</u>					
21. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีหลักสูตรใหม่ๆที่สามารถ เลียนแบบได้ยากในระยะเวลาอันสั้น					
22. มีหลักสูตรใหม่ๆสอดคล้องกับตลาดอาเซียนที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัวและสอดคล้องกับตำแหน่ง สถาบันอุดมศึกษาของท่าน					
23. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีหลักสูตรใหม่ๆสอดคล้องกับ ตลาดอาเซียนที่มีคู่แข่งน้อยราย					
<u>แนวโน้มทางการตลาดเพื่อการศึกษา</u>					
24. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีศักยภาพทางการตลาดเพื่อ การศึกษาที่เหนือกว่าคู่แข่ง					
25. สถาบันอุดมศึกษาของท่านสามารถทำตลาดได้หลากหลาย หลักสูตรที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนได้ดีกว่าคู่แข่ง					
26. สถาบันอุดมศึกษาของท่านมีการติดตามประเมินผลใน หลักสูตรเปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 5 ความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<u>กำไรในการจัดการหลักสูตร</u>					
27. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่สอดคล้อง กับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่ดีกว่าหลักสูตรอื่นๆ ในสถาบันอุดมศึกษาเดียวกัน					
28. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่สอดคล้อง กับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่ดีกว่าหลักสูตร เดียวกันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					

รายการ/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
29. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหลักสูตรที่เปิดใหม่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนนั้น มีผลการดำเนินการที่เกินจุดคุ้มทุน					
<u>ความพึงพอใจของหลักสูตรโดยรวม</u>					
30. ท่านมีความพอใจกับหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน					
31. การพัฒนาหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน จะสามารถตอบสนองการสร้างนวัตกรรมให้กับสถาบันการศึกษาได้					
32. คุณภาพของหลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน มีความเป็นมาตรฐานระดับสากล					
<u>คุณค่าที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษา</u>					
33. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน ได้มีส่วนช่วยในบริการวิชาการแก่สังคมทั่วไป					
34. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่าน ได้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ					
35. หลักสูตรที่เปิดใหม่ที่สอดคล้องกับตลาดอาเซียนในสถาบันอุดมศึกษาของท่านสามารถตอบสนองตลาดแรงงานอาเซียนได้เป็นอย่างดี					

ตอนที่ 6: ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้