ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

# รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน
# โดยคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน
# มหาวิทยาลัยเกริก

---

**รายนามคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน**

| | |
|---|---|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี พิพัฒนางกูร | ประธานกรรมการ |
| 2) อาจารย์นงนาท นพคุณ | กรรมการ |
| 3) นางสาวธนกานต์ พิศนอก | กรรมการและเลขานุการ |

**วัน / เดือน / ปีที่ประเมิน วันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2567**

**ชื่อหน่วยงาน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกริก**

**สรุปข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน**

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตั้งอยู่ที่ อาคาร ดร.เกริก ชั้น 1 มหาวิทยาลัยเกริก เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การกำกับของรองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษและผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาด โดยศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อจูงใจนักเรียนและนักศึกษาให้มาศึกษาที่มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ให้มาสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก โดยทำการตลาดแบบออนไลน์ผ่านสื่อโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเกริก

ปัจจุบันศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีบุคลากรประจำศูนย์ฯ จำนวนทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ หัวหน้าศูนย์ฯ จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ จำนวน 7 คน

## ขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ

- รับมอบนโยบายด้านการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกริก
- บริหารงานของศูนย์ฯ วางแผนงานการดำเนินงานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์
- สั่งการและควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในศูนย์ฯ
- วางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับการตลาดออนไลน์
- บริหารจัดการสื่อออนไลน์ New Media, Social media รวมถึงวางแผนการสื่อสารการตลาดออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่
- คิดสร้างสรรค์ ออกแบบ แนวคิด (Concept) สร้าง Content เพื่อใช้ในการทำการตลาดออนไลน์
- จัดทำสื่อ Digital เพื่อการประชาสัมพันธ์การตลาดผ่านช่องทาง Social Media เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่
- จัดทำภาพประกอบการเขียนเนื้อหา Content ลงใน Facebook ของมหาวิทยาลัยสำหรับงานการตลาดออนไลน์
- งานรับสมัครนักศึกษา ให้บริการด้านข้อมูลหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเกริก ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ทั้งภาคปกติ ภาคพิเศษ และหลักสูตรออนไลน์ ตลอดจนการให้ข้อมูลการสมัครเรียนและการออกรหัสนักศึกษา
- จัดงานรายงานตัวรับนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาใหม่ได้ลงทะเบียนเรียนและพบปะอาจารย์ที่ปรึกษา
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

## ปรัชญา ปณิธาน และภารกิจหลัก คือ

**ปรัชญา (Philosophy)**

**วิชฺชา จรณ สมฺปนฺโน**

**“ความรู้ทำให้องอาจ”**

**ปณิธาน :** มุ่งเน้นการให้บริการและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเกริก พัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาให้ทันสมัยผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ทุกรูปแบบ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

**ภารกิจหลักของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่**

1. พัฒนาและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก
2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร หลักสูตร รับสมัครนักศึกษา ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์
3. ให้ข้อมูลรายละเอียดการรับสมัคร แนะแนวหลักสูตร และรับสมัครนักศึกษาผ่านทางช่องทางออนไลน์
4. จัดงานต้อนรับนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการต้อนรับนักศึกษาใหม่สำหรับการลงทะเบียนและพบอาจารย์ที่ปรึกษา

**วิธีประเมิน**

**1. การวางแผนและการประเมิน**

**การเตรียมการและวางแผนก่อนตรวจเยี่ยม**

คณะกรรมการผู้ตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ กำหนดการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในวันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน 2567 เวลา 09.00 น. ณ ห้อง1208 ชั้น 2 อาคารมังคละพฤกษ์ ทางคณะกรรมการฯ ได้ใช้เวลาในการตรวจประเมิน 1 วัน ก่อนการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ มอบหมายให้คณะกรรมการฯ อ่านรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ มาก่อนล่วงหน้าและในวันตรวจประเมินให้คณะกรรมการฯ ได้ช่วยกันพิจารณาหลักฐานทีละองค์ประกอบไปพร้อมๆ กัน

นอกจากนี้ในกรณีที่มีประเด็นข้อสงสัย คณะกรรมการฯ ได้ประสานงานกับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละองค์ประกอบได้เข้าชี้แจงเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม รวมทั้งได้ให้บุคลากรของศูนย์ฯ ร่วมแสดงความคิดเห็น หลังจากเสร็จสิ้นการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน คณะกรรมการฯ เชิญหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์และเจ้าหน้าที่ศูนย์ เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน

**การดำเนินการระหว่างตรวจเยี่ยม (ศึกษาเอกสาร/เยี่ยมชมสภาพจริง/สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)**

ก่อนดำเนินการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ ได้กล่าวกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์และบุคลากรของศูนย์ฯ ถึงแนวทางในการตรวจประเมิน และหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ได้กล่าวต้อนรับและอธิบายลักษณะการบริหารงานของศูนย์ฯ เกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินตนเองครั้งนี้ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตามองค์ประกอบที่ 1, 2 และ 7 พร้อมตรวจสอบเอกสารหลักฐานว่ามีน้ำหนักเพียงพอตามตัวบ่งชี้นั้นๆ หรือไม่ สำหรับในประเด็นที่ไม่สามารถหาข้อชี้ชัดได้จากหลักฐานที่มีอยู่ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการสอบถามและขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงและได้มีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของศูนย์ฯ จำนวน 2 คน ซึ่งประกอบด้วย

**อาจารย์**

| | |
|---|---|
| 1. อาจารย์วัชราภรณ์ พิมพาพร | อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ |

**เจ้าหน้าที่**

| | |
|---|---|
| 1. นางสาวสมปอง ปิจดี | เลขานุการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตและปรัชญาดุษฎีบัณฑิต<br>สาขาวิชาการจัดการองค์การยุคใหม่ |

**การดำเนินการหลังตรวจเยี่ยม**

หลังจากคณะกรรมการฯ ได้ตรวจเอกสารหลักฐานของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการฯ เชิญบุคลากรของศูนย์ฯ เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน และซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังหาข้อสรุปได้ไม่ชัดเจน คณะกรรมการฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะในรายละเอียดของเล่มรายงานการประเมินตนเอง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปรับปรุงรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในปีต่อไป

ผลการตรวจประเมินครั้งนี้ พบว่าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกริกได้มีการเสนอรายงานการประเมินตนเอง พร้อมหลักฐานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ

**2. วิธีการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล**

คณะกรรมการฯ ตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อของรายงานประเมินตนเอง (SAR) โดยทำการประเมินแต่ละองค์ประกอบ ส่วนของการสรุป การตรวจสอบเอกสารหลักฐาน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งผลจากการตรวจสอบเอกสารหลักฐานต่างๆ จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้

## ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ ( รายงานตามตารางที่ ส.1 – ส.2 )

### ตาราง ส.1 ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ตามองค์ประกอบคุณภาพ

| ตัวบ่งชี้คุณภาพ | เป้าหมาย | ผลการดำเนินงาน | | บรรลุเป้าหมาย | คะแนนประเมิน |
|---|---|---|---|---|---|
| | | ตัวตั้ง / ตัวหาร | ผลลัพธ์ | | |
| ตัวบ่งชี้ 1.1 กระบวนการพัฒนาแผน | 6 | | 6 | P | 5.00 |
| | | | | | |
| ตัวบ่งชี้ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน | 4.52 | | 4.58 | P | 4.58 |
| ตัวบ่งชี้ 2.20 การพัฒนาระบบสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ | 5 | | 5 | P | 5.00 |
| ตัวบ่งชี้ 2.21 การดำเนินการรับนักศึกษา | 5 | | 4 | O | 4.00 |
| ตัวบ่งชี้ 2.23 การส่งรายงานการประเมินตนเอง | 5 | | 5 | P | 5.00 |
| | | | | | |
| ตัวบ่งชี้ 7.1 การพัฒนาสถาบันสู่องค์กรการเรียนรู้ | 5 | | 5 | P | 5.00 |
| ตัวบ่งชี้ 7.2 ระบบบริหารความเสี่ยง | 5 | | 5 | P | 5.00 |

**หมายเหตุ**

1. หน่วยงานสามารถกำหนดค่าเป้าหมายได้เองตามมติที่ประชุมของหน่วยงาน
2. หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้กำหนดผลการดำเนินงานในช่องที่กำหนดดังต่อไปนี้

2.1 ถ้าเป็นตัวบ่งชี้กระบวนการหรือค่าความพึงพอใจให้กรอกข้อมูลที่เป็นผลการดำเนินงานตามจำนวนข้อที่ได้ทำหรือค่าคะแนนความพึงพอใจที่ได้ในช่อง**ผลลัพธ์** แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ

2.2 ถ้าเป็นตัวบ่งชี้ผลผลิต ที่ต้องแสดงการคำนวณ ให้ใส่ข้อมูลที่เป็นตัวเลขได้ในช่องตัวตั้งตัวหารเท่านั้น แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ

3. ในตาราง ส.2 หน่วยงานไม่ต้องกรอกข้อมูลใดๆ โปรแกรมจะดำเนินการคำนวณเองโดยอัตโนมัติ หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้ในช่องเป้าหมายและช่องผลดำเนินงานที่เป็นช่องขาวเท่านั้น ในช่องที่มีสีเขียวเข้ม ช่องสีชมพู ช่องบรรลุเป้าหมาย และช่องคะแนนประเมินนั้น ไม่สามารถกรอกข้อมูลได้ เนื่องจากสำนักฯ ได้ตั้งค่าการคำนวณและล็อคไว้ไม่สามารถแก้ไขได้หากต้องการแก้ไขกรุณาแจ้งกลับที่สำนักฯ เพื่อจักได้ดำเนินการแก้ไข

ตาราง ส 2. ผลการประเมินตนเองตามองค์ประกอบคุณภาพ

| องค์ประกอบ | คะแนนการประเมินเฉลี่ย | | | | ผลการประเมิน | หมายเหตุ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | I | P | O | เฉลี่ย | | |
| 1. ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์และแผนดำเนินการ | | 5.00 | | **5.00** | ระดับดีมาก | |
| 2. ภารกิจหลักของหน่วยงาน | | 4.67 | 4.58 | 4.65 | ระดับดีมาก | |
| 7. การบริหารจัดการ | | 5.00 | | 5.00 | ระดับดีมาก | |
| **เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ของทุกองค์ประกอบ** | | 4.83 | 4.58 | 4.80 | **ระดับดีมาก** | |

**ผลการประเมิน**

0.00 - 1.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุงเร่งด่วน

1.51 - 2.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุง

2.51 - 3.50 การดำเนินงานระดับพอใช้

3.51 - 4.50 การดำเนินงานระดับดี

4.51 - 5.00 การดำเนินงานระดับดีมาก

## องค์ประกอบที่ 1
## ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ

**จุดแข็ง**

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการกำหนดปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และมีการจัดทำแผนการดำเนินงาน ประจำปีการศึกษา 2566 มีการติดตาม ตรวจสอบผลการดำเนินงานทุก 6 เดือน และมีการประเมินผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ของแผนดำเนินงาน มีการพิจารณาการปรับแผนการดำเนินงานในแต่ละส่วนงานอยู่ตลอดเวลา ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการใช้ ZWIZ.AI เทคโนโลยีตอบแชทอัตโนมัติด้วยเอไอ มาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารการตลาดออนไลน์ทำให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยเติบโตเร็วขึ้น

**ข้อเสนอแนะ**

- ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรนำข้อคิดเห็นจากผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาปรุงกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน ในการพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยให้ทันตามสถานการณ์ปัจจุบัน

## องค์ประกอบที่ 2
## ภารกิจหลักของหน่วยงาน

**จุดแข็ง**

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ สามารถบริหารจัดการด้านการให้บริการเป็นอย่างดี เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการที่อยู่ในระดับเพิ่มขึ้น

2. ศูนย์ฯ มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาระบบการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและโดดเด่นให้กับมหาวิทยาลัย รวมทั้งสามารถพัฒนาระบบและกลไกการทำงานเพื่อทำให้ภารกิจต่างๆ บรรลุเป้าหมาย

3. ศูนย์ฯ มีโครงการในการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหลากหลาย ทั้งทาง Social Media และโครงการที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

4. ศูนย์ฯ มีการพัฒนางานด้านภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีการใช้ AI เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

5. ศูนย์ฯ มีทีมงานที่มีการปฏิบัติงานอย่างแข็งขันและต่อเนื่องทำให้มียอดจำนวนนักศึกษาที่สมัครเรียนเข้ามาศึกษาต่อเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ด้วยงบประมาณที่จำกัด

6. ศูนย์ฯ มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ให้บุคคลภายนอกได้รู้จักมหาวิทยาลัยเกริกจนทำให้มหาวิทยาลัยเกริกติดอันดับยอดนิยมของสถาบันการศึกษาเอกชน

**ข้อเสนอแนะ**

1. ศูนย์ฯ ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านหลักสูตรใหม่ๆ ของมหาวิทยาลัยเพื่อเพิ่มทักษะในการให้ข้อมูลด้านหลักสูตร

2. ศูนย์ฯ ควรจัดหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อมีเดียและระบบการสื่อสารการตลาดให้เพิ่มขึ้น

3. ศูนย์ฯ ควรเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับ ปริญญาโท และปริญญาเอก เข้าไปเพื่อผลลัพธ์ที่มากขึ้น

4. ศูนย์ฯ ควรการปรับปรุง Content และสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ใช้งบประมาณน้อยที่สุด และตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

## องค์ประกอบที่ 7
## การบริหารจัดการ

**จุดแข็ง**

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน มีการรายงานผลการดำเนินงานและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง

**ข้อเสนอแนะ**

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรระบุความเสี่ยงของบุคลากร ด้านภาษา และควรมีการอบรมวิธีและเทคนิคในการตอบคำถามให้กับเจ้าหน้าที่ภายในศูนย์ เพื่อประโยชน์ในการตอบด้วยความรวดเร็วให้กับนักศึกษาและผู้ที่ติดต่อสอบถามเข้ามาทางสื่อออนไลน์ช่องทางต่างๆ

## ภาคผนวก

**ตารางการตรวจเยี่ยม**
**วันศุกร์ ที่ 14 มิถุนายน 2567**

| | |
|---|---|
| 09.00 - 9.30 น. | คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ พร้อมกันที่ห้อง 1208 ชั้น 2 อาคารมังคละพฤกษ์ |
| 09.30 - 9.45 น. | ประธานกรรมการกล่าวกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ ถึงแนวทางในการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน |
| 09.45 – 11.50 น. | คณะกรรมการฯ ตรวจสอบเอกสาร SAR พร้อมเอกสารอ้างอิงขององค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบที่ 2 และองค์ประกอบที่ 7 สรุปผลการประเมินคุณภาพภายในจาก SAR และแจ้งผลการประเมินให้กับเจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ได้รับทราบ |
| 12.00. - 13.00 น. | รับประทานอาหารกลางวัน |

## สัมภาษณ์อาจารย์และเจ้าหน้าที่ผู้ใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ในส่วนของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยเกริก จำนวน 2 ท่าน ได้แก่

**อาจารย์**

| | |
|---|---|
| 1. อาจารย์วัชราภรณ์ พิมพาพร | อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ |

**เจ้าหน้าที่**

| | |
|---|---|
| 1. นางสาวสมปอง ปิจดี | เลขานุการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตและปรัชญาดุษฎีบัณฑิต<br>สาขาวิชาการจัดการองค์การยุคใหม่ |

**สัมภาษณ์อาจารย์/เจ้าหน้าที่**

**ความประทับใจ**

1. เจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มีความกระตือรือร้นตอบคำถามให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจในการให้บริการ และคอยให้คำปรึกษาในการลงทะเบียนนักศึกษาได้อย่างดีเยี่ยม

2. มีจุดบริการให้นักศึกษาทั้งคนไทยและคนจีนได้นั่งพักผ่อน

**ข้อเสนอแนะ**

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ควรจัดหาบุคลากรที่มีความชำนาญด้านภาษาจีนในการให้บริการ และควรเพิ่มจำนวนบุคลากรในฝ่ายให้เพียงพอต่อการให้บริการ เนื่องจากมีบุคลากรบางส่วนต้องไปดูแลโรงเรียนนานาชาติจีน ซึ่งจะทำให้งานรวดเร็วและกระจายงานได้ดีขึ้น

ลงนาม ..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี พิพัฒนางกูร)

ลงนาม ..... กรรมการ
(อาจารย์นงนาท นพคุณ)

ลงนาม ..... กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวธนกานต์ พิศนอก)