

## บทที่ 4

### ความเป็นไปได้ของโครงการทางการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการบริการวิชาการแก่สังคม ด้านการฝึกอบรม ของศูนย์บริการการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะประกอบด้วย การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

#### 4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์และลักษณะความต้องการของตลาดจากกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ บุคลากรในบริษัทเอกชน บุคลากรในหน่วยงานราชการ บุคลากรในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และบุคคลทั่วไป จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการวางแผนด้านการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการคาดคะเนต้นทุนและผลตอบแทนจากการเปิดให้บริการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการเข้ารับบริการฝึกอบรมด้านการสื่อสาร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

#### 4.1.1 การวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	206	51.5
เพศหญิง	194	48.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ที่เหลือเป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

ตารางที่ 4.2 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	1	0.3
อายุ 16 – 20 ปี	91	22.8
อายุ 26 – 30 ปี	218	54.5
อายุ 31 – 35 ปี	54	13.5
อายุ 36 – 40 ปี	27	6.8
อายุมากกว่า 40 ปี	9	2.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านอายุ พบว่า มากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไป มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี รองลงมา คือ อายุระหว่าง 16 - 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ อายุระหว่าง 31 -35 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 คือ อายุ 36 – 40 ปี อายุมากกว่า 40 ปี และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปีตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	59	14.8
อนุปริญญา/ปวส.	0	0.0
ปริญญาตรี	310	77.5
ปริญญาโทขึ้นไป	31	7.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.3 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านการศึกษา พบว่า เกือบร้อยละ 80 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีลงมา คือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 14.8 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 คือการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป

**ตารางที่ 4.4** ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยมีประสบการณ์ทำงาน	73	18.3
ต่ำกว่า 1 ปี	13	3.3
1 - 3 ปี	142	35.5
4 - 6 ปี	103	25.8
7 - 9 ปี	19	4.8
10 - 12 ปี	33	8.3
13 - 15 ปี	6	1.5
16 ปีขึ้นไป	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 ผลการสำรวจสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ทำงาน 4 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.8 และไม่เคยมีประสบการณ์ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 10 - 12 ปี ระหว่าง 7 - 9 ปี ต่ำกว่า 1 ปี 16 ปีขึ้นไปและระหว่าง 13 - 15 ปี ตามลำดับ

#### 4.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการความต้องการเข้ารับบริการฝึกอบรมด้านการสื่อสาร

ตารางที่ 4.5 ผลการสำรวจลักษณะการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสาร

ผลสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เคย</b>	<b>84</b>	<b>21.0</b>
- เคยฝึกอบรมมาแล้ว 1 -2 หลักสูตร	62	15.5
- เคยฝึกอบรมมาแล้ว 3 -4 หลักสูตร	16	4.0
- เคยฝึกอบรมมาแล้ว 5 - 6 หลักสูตร	0	0.0
- เคยฝึกอบรมมาแล้ว มากกว่า 6 หลักสูตร	6	1.5
<b>ไม่เคย</b>	<b>316</b>	<b>79.0</b>
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 ผลการสำรวจลักษณะการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสาร พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 79.0 ที่เหลือเคยเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสารมาบ้างแล้ว คิดเป็นร้อยละ 21.0 เมื่อจำแนกความถี่ในการฝึกอบรมในหลักสูตรด้านการสื่อสาร พบว่า ส่วนใหญ่เคยฝึกอบรมมาแล้ว 1 - 2 หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 15.2 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 คือ เคยฝึกอบรมมาแล้ว 3 -4 หลักสูตร และเคยฝึกอบรมมาแล้ว มากกว่า 6 หลักสูตร

ตารางที่ 4.6 ผลการสำรวจลักษณะความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสาร

ผลการสำรวจ*	ต้องการฝึกอบรม		ไม่ต้องการฝึกอบรม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. หลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย	306	76.5	94	23.5
2. หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ	280	71.0	120	29.0
3. หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร /ชุมชน / สังคม	264	66.0	136	34.0
4. หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา	250	62.5	150	37.5
5. หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์	249	62.3	151	37.8
6. หลักสูตรการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร	241	60.3	159	39.8
7. หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	205	51.3	195	48.8
8. หลักสูตรสื่อสารการแสดง	169	42.3	231	57.8

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่าง  
จำนวน 400 คน

จากตารางที่ 4.6 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการและไม่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรม  
หลักสูตรด้านการสื่อสาร สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ต้องการฝึกอบรม มากกว่าร้อยละ 70 คือ หลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย  
ร้อยละ 76.5 (ไม่ต้องการฝึกอบรม 23.5) และหลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ ร้อยละ 71.0  
(ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 29.0)

กลุ่มที่ต้องการฝึกอบรม ระหว่างร้อยละ 60 – 70 คือ หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนา  
องค์กร / ชุมชน / สังคม ร้อยละ 66.0 (ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 34.0) หลักสูตรประชาสัมพันธ์และ  
การโฆษณา ร้อยละ 62.5 (ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 37.5) หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์  
ร้อยละ 62.3 (ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 37.8) หลักสูตรการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ร้อยละ  
60.3 (ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 39.8)

กลุ่มที่ต้องการฝึกอบรม ประมาณร้อยละ 50 คือ หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง  
ร้อยละ 51.3 (ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 48.8) และหลักสูตรสื่อสารการแสดงร้อยละ 42.3  
(ไม่ต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 57.8)

ตารางที่ 4.7 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรการผลิตส้ม  
มัลติมีเดีย

หลักสูตรการผลิตส้มมัลติมีเดีย*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	13	4.2
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	233	76.1
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	29	9.5
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	31	10.1
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	112	36.6
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	48	15.7
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	68	22.2
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	54	17.6
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	7	2.3
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	17	5.6
รวม	<b>306</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* จำนวนอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการผลิตส้มมัลติมีเดีย จำนวน 306 คน

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาทต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมา ที่ราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 10.1 ใกล้เคียงกับที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรม 1 วัน/หลักสูตร (ประมาณ 6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 22.2 ระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 17.6 และระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 15.7 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรม 10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง) และ 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.8 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ

หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	30	10.7
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	178	63.6
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	60	21.4
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	12	4.3
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	110	39.3
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	59	21.1
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	67	23.9
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	35	12.5
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	9	3.2
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>280</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ จำนวน 280 คน

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาทต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 21.4 และราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตรคิดเป็นร้อยละ 10.7 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 คือ ยินดีจ่ายที่ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรม 1 วัน/หลักสูตร (ประมาณ 6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 23.9 ระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ ระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร ( 30 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 12.5 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรม 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)



ตารางที่ 4.9 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรการสื่อสารเพื่อ  
การพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม

หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	22	8.3
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	214	81.1
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	7	2.7
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	21	8.0
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	73	27.7
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	79	29.9
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	92	34.8
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	10	3.8
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	9	3.4
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	1	0.4
<b>รวม</b>	<b>264</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม จำนวน 264 คน

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาทต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 81.1 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 21.4 ราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร และที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ ระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 29.9 และระยะเวลา 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 27.7 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง) ระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง) และ ระยะเวลา 10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)



ตารางที่ 4.10 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	24	9.6
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	168	67.2
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	45	18.0
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	13	5.2
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	101	40.4
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	57	22.8
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	46	18.4
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	32	12.8
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	14	5.6
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาท ต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 18.0 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร และราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา คือ ระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 22.8 และระยะเวลา 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 27.7 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง) ระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง) และระยะเวลา 10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.11 ผลผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรการผลิต  
รายการโทรทัศน์

หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	21	8.4
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	175	70.3
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	38	15.3
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	15	6.0
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	70	28.1
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	79	31.7
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	37	14.9
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	33	13.3
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	19	7.6
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	10	4.0
อื่นๆ 15 วัน/หลักสูตร (90 ชั่วโมง)	1	0.4
<b>รวม</b>	<b>249</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

หมายเหตุ: \* จำนวนอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการผลิตรายการ  
โทรทัศน์ จำนวน 249 คน

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาท ต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 15.3 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร และราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมา คือ ระยะเวลา 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 28.1 3 ระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 14.9 ซึ่งใกล้เคียงกับระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร ( 30 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 13.3 ที่เหลือไม่ถึง ร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง) และระยะเวลา 15 วัน/หลักสูตร (90 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.12 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

หลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	30	12.4
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	162	67.2
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	34	14.1
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	15	6.2
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	85	35.3
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	71	29.5
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	50	20.7
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	14	5.8
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	16	6.6
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	5	2.1
<b>รวม</b>	<b>241</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร จำนวน 241 คน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาทต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 14.1 และที่ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 12.4 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 29.5 และระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 20.7 ที่เหลือไม่ถึง ร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง) ระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง) และระยะเวลา 10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.13 ผลผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมใน หลักสูตรการผลิต  
รายการวิทยุกระจายเสียง

หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	16	7.8
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	141	68.8
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	30	14.6
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	18	8.8
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	95	46.3
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	37	18.0
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	59	28.8
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	7	3.4
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	7	3.4
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง จำนวน 205 คน

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาทต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 14.6 และที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร และราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 28.8 และระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 18.0 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร ( 30 ชั่วโมง) และระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.14 ผลการสำรวจราคายินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมในหลักสูตรสื่อสารการแสดง

หลักสูตรสื่อสารการแสดง*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ราคายินดีที่จะจ่ายต่อหลักสูตร</b>		
ราคาต่ำกว่า 3,000 บาท/หลักสูตร	0	0.0
ราคา 3,000 บาท/หลักสูตร	116	68.6
ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร	39	23.1
ราคา มากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร	14	8.3
<b>ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร</b>		
1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง)	73	43.2
2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง)	27	16.0
3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง)	35	20.7
5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง)	7	4.1
7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง)	7	4.1
10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง)	19	11.2
อื่นๆ 15 วัน/หลักสูตร (90 ชั่วโมง)	1	0.6
<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* คำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรสื่อสารการแสดง จำนวน 169 คน

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายส่วนใหญ่ อยู่ที่ราคา 3,000 บาท ต่อหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมา ที่ราคา 4,500 บาท/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 23.1 และที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ยินดีจ่ายที่ราคามากกว่า 6,000 บาท/หลักสูตร

สำหรับผลสำรวจระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมที่ 1 วัน/หลักสูตร (6 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 วัน/หลักสูตร (18 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 20.7 ระยะเวลา 2 วัน/หลักสูตร (12 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 16.0 และระยะเวลา 10 วัน/หลักสูตร (60 ชั่วโมง) คิดเป็นร้อยละ 11.2 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการฝึกอบรมในระยะเวลา 5 วัน/หลักสูตร (30 ชั่วโมง) และระยะเวลา 7 วัน/หลักสูตร (42 ชั่วโมง) และระยะเวลา 15 วัน/หลักสูตร (90 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.15 ผลการสำรวจความถี่ในการมาใช้บริการฝึกอบรมที่ศูนย์บริการการสื่อสารเฉลี่ยต่อปี

ผลการสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปีละ 1 ครั้ง/หลักสูตร	60	15.0
ปีละ 2 ครั้ง/หลักสูตร	159	39.8
ปีละ 3 ครั้ง/หลักสูตร	125	31.3
ปีละ 4 ครั้ง/หลักสูตร	30	7.5
ปีละมากกว่า 4 ครั้ง/หลักสูตร	26	6.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 2.52

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.) เท่ากับ 1.07

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ส่วนใหญ่ความถี่ในการมาใช้บริการฝึกอบรมที่ศูนย์บริการการสื่อสารเฉลี่ยต่อปี อยู่ที่ปีละ 2 ครั้ง /หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 39.8 ซึ่งใกล้เคียงกับปีละ 3 ครั้ง /หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 31.3 (ค่าเฉลี่ยที่ 2.52 ครั้งต่อปี หรือประมาณ 3 ครั้ง) รองลงมาคือ ปีละ 1 ครั้ง/หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 15.0 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 ต้องการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการสื่อสาร ปีละ 4 ครั้ง/หลักสูตร และปีละมากกว่า 4 ครั้ง/หลักสูตร

อนึ่ง จากผลการศึกษาในตารางที่ 3.6 - 3.15 ประกอบด้วย ลักษณะความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการสื่อสาร รายยินดีที่จะจ่ายและระยะเวลาฝึกอบรมทั้ง 8 หลักสูตร และความถี่ในการมาใช้บริการฝึกอบรมที่ศูนย์บริการการสื่อสารเฉลี่ยต่อปี จะนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับประมาณการรายรับของ โครงการ ในหัวข้อการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินต่อไป



ตารางที่ 4.16 ผลการสำรวจวัตถุประสงค์ที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรม

ผลการสำรวจ*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพื่อปรับปรุงงานหรือพัฒนาระบบการทำงานหรือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น	292	73.0
2. เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง	248	71.0
3. เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับวิทยาการเทคโนโลยีและการสื่อสาร ให้ทันสมัยขึ้น	254	63.5
4. เพื่อนำไปประกอบอาชีพหลัก/อาชีพเสริม	231	57.8
5. เพื่อเพิ่มความรู้ในการศึกษาต่อระดับสูงขึ้นไป	250	51.3
6. เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา/อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น (เป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต)	170	42.5
7. เพื่อเพิ่ม โอกาสเลื่อนตำแหน่งงานของตนเอง	157	39.3
8. เพื่อนำไปเสริมภาพพจน์ที่ดีทางการสื่อสารของตนเอง	156	39.0
9. เพื่อยกระดับเป้าหมายขององค์กร	134	33.5

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า วัตถุประสงค์ที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมส่วนใหญ่ เพื่อนำความรู้ไปปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานหรือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 73.0 ซึ่งใกล้เคียงกับการพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับวิทยาการเทคโนโลยีและการสื่อสารให้ทันสมัยขึ้น คิดเป็นร้อยละ 63.5 เพื่อนำไปประกอบอาชีพหลัก/อาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหา/อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นหรือเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 42.5 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 40 ต้องการฝึกอบรมเพื่อเพิ่ม โอกาสเลื่อนตำแหน่งงานของตนเอง นำความรู้ไปเสริมภาพพจน์ที่ดีทางการสื่อสารของตนเอง และเพื่อยกระดับเป้าหมายขององค์กร ตามลำดับ



ตารางที่ 4.17 ผลการสำรวจความเหมาะสมของวันและเวลาและสถานที่ฝึกอบรม

ผลการสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ช่วงวันที่สะดวกเข้ารับการฝึกอบรม</b>		
วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์)	73	18.3
วันเสาร์ - อาทิตย์	257	64.3
วันหยุดพิเศษ/วันหยุดนักขัตฤกษ์	61	15.3
อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับกำหนดการฝึกอบรม มีวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวัน การอนุมัติของต้นสังกัด	9	2.3
<b>ช่วงเวลาสะดวกเข้ารับการฝึกอบรม</b>		
09.00 - 12.30 น.	139	34.8
13.00 - 16.00 น.	157	39.3
18.00 - 20.00 น.	95	23.8
อื่นๆ ได้แก่ ได้ตลอดทั้งวัน หลังเลิกงาน เป็นต้น	9	2.3
<b>สถานที่ฝึกอบรม</b>		
มหาวิทยาลัย	199	49.8
โรงแรม	147	36.8
ศูนย์การเรียนรู้ / ศูนย์ฝึกอบรมในชุมชน	63	15.8
สถานที่ทำงาน	39	9.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความเหมาะสมของวันและเวลาและสถานที่ฝึกอบรม ส่วนใหญ่เลือกวันฝึกอบรมตรงกับวันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา คือ เลือกวันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 18.3 ซึ่งใกล้เคียงกับวันหยุดพิเศษ/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ส่วนที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 10 เลือกวันอื่นๆ ขึ้นอยู่กับกำหนดการฝึกอบรม มีวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวันหรือขึ้นอยู่กับการอนุมัติของต้นสังกัด

ตารางที่ 4.18 ผลการสำรวจความเหมาะสมของจำนวนผู้เข้ารับการศึกษาต่อห้อง

ผลการสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวน 10 คนต่อห้อง	45	11.3
จำนวน 11 – 30 คนห้อง	190	47.5
จำนวน 31 – 60 คนห้อง	162	40.5
อื่นๆ ได้แก่ ตามความเหมาะสมของหลักสูตร ความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอน และขึ้นอยู่กับผู้จัดฝึกอบรม เป็นต้น	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าความเหมาะสมของจำนวนผู้เข้ารับการศึกษาต่อห้อง อยู่ที่จำนวน 11 - 30 คนห้อง คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ จำนวน 31 - 60 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละ 40.5 และที่จำนวน 10 คนต่อห้อง คิดเป็นร้อยละ 11.3 ที่เหลือไม่ถึงร้อยละ 1 คือ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในด้านอื่นๆ ได้แก่ ตามความเหมาะสมของหลักสูตร ความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอนและขึ้นอยู่กับผู้จัดฝึกอบรม เป็นต้น

ตารางที่ 3.19 ผลการสำรวจช่องทางการประชาสัมพันธ์การฝึกอบรม

ผลการสำรวจ*	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปปลิว ฯลฯ	291	72.8
การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ฯลฯ	287	71.8
การส่งจดหมาย / จดหมายอิเล็กทรอนิกส์(email)	146	36.5

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 3.19 พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางการประชาสัมพันธ์การฝึกอบรมที่เหมาะสม คือ การโฆษณา ทางสื่อป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปปลิว ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 72.8 ซึ่งใกล้เคียงกับการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 71.8 ส่วนการส่งจดหมาย / จดหมายอิเล็กทรอนิกส์(email) มีเพียงร้อยละ 36.5

**ตารางที่ 4.20 ผลการสำรวจความต้องการในวิทยาการมาให้การฝึกอบรม**

ผลการสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักวิชาการ/นักวิชาชีพอิสระ	201	50.3
บุคลากรจากภาคเอกชน	216	46.0
บุคลากรจากภาครัฐ	141	35.3
ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ	61	15.3

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้บุคลากรมาเป็นวิทยากรฝึกอบรมคือ นักวิชาการ/นักวิชาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ บุคลากรจากภาคเอกชนคิดเป็นร้อยละ 46.0 และบุคลากรจากภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 35.3 มีเพียงส่วนน้อยที่ต้องการให้ ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาเป็นวิทยากรฝึกอบรมคิดเป็นร้อยละ 15.3

**ตารางที่ 3.21 ผลการสำรวจความสะดวกในการยืนยันเข้าร่วมฝึกอบรม**

ผลการสำรวจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทาง Web Site ของศูนย์บริการการสื่อสาร	272	68.0
ทางโทรศัพท์	198	49.5
ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	184	46.0
ทางไปรษณีย์	64	16.0

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \* ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และคำนวณอัตราส่วนร้อยละจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ส่วนใหญ่สะดวกที่จะยืนยันเข้าร่วมผ่านทาง Web Site ของศูนย์บริการการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมา คือ การ ยืนยันผ่านทาง โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 49.5 ใกล้เคียงการยืนยันทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) คิดเป็นร้อยละ 46.0 และมีเพียงบางส่วนต้องการยืนยันผ่านทางไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 16.0

#### 4.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

การวิเคราะห์ ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากกับทุกปัจจัย ( $\bar{x} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย สามารถเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านสถานที่ ( $\bar{x} = 4.49$ )
  - 2) ปัจจัยด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.39$ )
  - 3) ปัจจัยด้านราคา ( $\bar{x} = 4.29$ )
  - 4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.27$ )
  - 5) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{x} = 4.23$ )
  - 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 4.11$ )
- รายละเอียดดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยด้านสถานที่	4.49	0.51	มาก
2. ปัจจัยด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม	4.39	0.56	มาก
3. ปัจจัยด้านราคา	4.29	0.60	มาก
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.27	0.56	มาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.23	0.60	มาก
6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.64	มาก
<b>ปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม</b>	<b>4.30</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับรายละเอียดของปัจจัยต่างๆ จะวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้ (1)ปัจจัยด้านสถานที่ (2) ปัจจัยด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม (3) ปัจจัยด้านราคา (4)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (5)ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ(6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการสำรวจปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. สถานที่อบรมอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก	4.59	0.60	มากที่สุด
2. มีอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัย/มีคู่มือการใช้	4.51	0.61	มาก
3. ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอกห้องฝึกอบรม	4.49	0.68	มาก
4. ห้องฝึกอบรมมีความสะอาด / อากาศถ่ายเทสะดวก	4.45	0.65	มาก
5. มีการจัดที่นั่งเพียงพอ ไม่อึดอัด	4.42	0.65	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.49</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการบริการด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.49$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ สถานที่อบรมควรอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก ( $\bar{x} = 4.59$ ) และมีอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัย / มีคู่มือการใช้ที่ถูกต้อง ( $\bar{x} = 4.51$ ) โดยระหว่างฝึกอบรมไม่ควรมีเสียงรบกวนจากภายนอกห้องฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.49$ ) รวมถึงห้องฝึกอบรมมีความสะอาด / อากาศถ่ายเทสะดวก ( $\bar{x} = 4.45$ ) และมีการจัดที่นั่งเพียงพอไม่อึดอัดจนเกินไป ( $\bar{x} = 4.42$ )

ตารางที่ 4.24 ผลการสำรวจปัจจัยด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรมที่มีผลต่อการเลือกรับ  
บริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ผู้สอนสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่ฝึกอบรมเป็นอย่างดี	4.57	0.75	มากที่สุด
2. ผู้สอนสนใจและมีความกระตือรือร้นในการสอน	4.51	0.69	มากที่สุด
3. ผู้สอนมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่ฝึกอบรม	4.50	0.70	มากที่สุด
4. ผู้สอนสามารถตอบคำถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน	4.47	0.83	มาก
5. สถาบันที่ได้รับการรับรองจากองค์กรซึ่งเป็นที่ยอมรับ	4.36	0.73	มาก
6. ผู้สอนมีความสุภาพ แต่งกายเหมาะสม คำพูดสุภาพไพเราะ	4.28	0.81	มาก
7. เจ้าของสถาบัน หรือผู้บริการเป็นที่รู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง	4.03	0.98	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.39</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการบริการ ด้านบุคลากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.39$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ผู้สอนสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่ฝึกอบรมเป็นอย่างดี ( $\bar{x} = 4.57$ ) ผู้สอนสนใจและมีความกระตือรือร้นในการสอน ( $\bar{x} = 4.51$ ) ผู้สอนมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่ฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.50$ ) ส่วนความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผู้สอนสามารถตอบคำถามและอธิบายได้อย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 4.47$ ) สถาบันที่ได้รับการรับรองจากองค์กรซึ่งเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{x} = 4.36$ ) ผู้สอนมีความสุภาพ แต่งกายเหมาะสม คำพูดสุภาพไพเราะ ( $\bar{x} = 4.28$ ) และเจ้าของสถาบันหรือผู้บริการเป็นที่รู้จัก หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ( $\bar{x} = 4.03$ )

ตารางที่ 4.25 ผลการสำรวจปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร	4.64	0.59	มากที่สุด
2. ค่าเอกสาร/อุปกรณ์เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากค่าหลักสูตร	4.34	0.65	มาก
3. มีส่วนลดพิเศษเมื่อสมัครเรียนเป็นหมู่คณะ	4.10	1.02	มาก
4. สามารถผ่อนชำระค่าอบรมเป็นงวด ๆ ได้	4.08	1.05	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อใน ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.29$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.64$ ) ส่วนความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ค่าเอกสาร / อุปกรณ์เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากค่าหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.34$ ) มีส่วนลดพิเศษเมื่อสมัครเรียนเป็นหมู่คณะ ( $\bar{x} = 4.10$ ) รวมถึงผลมาฝึกอบรมสามารถผ่อนชำระค่าอบรมเป็นงวด ๆ ได้ ( $\bar{x} = 4.08$ )

ตารางที่ 4.26 ผลการสำรวจปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. หัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	4.63	0.57	มากที่สุด
2. มีอุปกรณ์ / สื่อการสอนที่ทันสมัย	4.37	0.64	มาก
3. ความเหมาะสมของระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร	4.16	0.74	มาก
4. ความต่อเนื่องของหลักสูตรต่างๆที่จัดอบรม	4.13	0.74	มาก
5. ความเหมาะสมของวันและเวลาที่ฝึกอบรม	4.08	0.80	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อใน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.27$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ หัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ( $\bar{x} = 4.63$ ) ส่วนความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีอุปกรณ์ / สื่อการสอนที่ทันสมัย ( $\bar{x} = 4.37$ ) ความเหมาะสมของระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.16$ ) ความต่อเนื่องของหลักสูตรต่างๆที่จัดอบรม ( $\bar{x} = 4.13$ ) และความเหมาะสมของวันและเวลาที่ฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.08$ )



ตารางที่ 4.27 ผลการสำรวจปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ขั้นตอนการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่างๆ แก่ผู้ที่สนใจ เช่น กำหนดการ วัตถุประสงค์การอบรม กลุ่มเป้าหมาย วิทยากร และค่าบริการ เป็นต้น	4.40	0.68	มาก
2. ขั้นตอนการให้คำปรึกษา / ตอบปัญหา / ข้อเสนอแนะแก่ผู้ ที่สนใจเข้าฝึกอบรม	4.27	0.77	มาก
3. มีขั้นตอนการประเมินผลหลังการฝึกอบรม	4.26	0.81	มาก
4. ขั้นตอนการขอยกเลิกการสมัครในกรณีฉุกเฉิน	4.22	0.73	มาก
5. ขั้นตอนการติดต่อเพื่อขอแก้ไขปัญหาต่างๆ หลังการ ฝึกอบรม	4.19	0.76	มาก
6. ขั้นตอนการรับสมัครฝึกอบรม	4.18	0.66	มาก
7. ขั้นตอนการติดต่อชำระค่าบริการฝึกอบรม	4.07	0.78	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อใน ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.23$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ ทั้งหมดให้ระดับความสำคัญมาก โดยเฉพาะความเหมาะสมในขั้นตอนการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่างๆ แก่ผู้ที่สนใจ เช่น กำหนดการ วัตถุประสงค์การอบรม กลุ่มเป้าหมาย วิทยากร และค่าบริการ เป็นต้น ( $\bar{x} = 4.40$ ) ขั้นตอนต่อมา คือ สามารถให้คำปรึกษา / ตอบปัญหา / ข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่สนใจเข้าฝึกอบรมได้ อย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 4.27$ ) ขั้นตอนการประเมินผลหลังการฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.26$ ) ขั้นตอนการขอยกเลิก การสมัครในกรณีฉุกเฉิน ( $\bar{x} = 4.22$ ) รวมถึงขั้นตอนการติดต่อเพื่อขอแก้ไขปัญหาต่างๆ หลังการ ฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.19$ ) ขั้นตอนการรับสมัครฝึกอบรมไม่ควรยุ่งยากจนเกินไป ( $\bar{x} = 4.18$ ) และขั้นตอน การติดต่อชำระค่าบริการฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.07$ )

ตารางที่ 4.28 ผลการสำรวจปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการฝึกอบรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. มีการแจกใบรับรองผล/ประกาศนียบัตร	4.26	0.79	มาก
2. มีการแจกเอกสาร / หนังสือคู่มือฝึกอบรมเพิ่มเติมให้ฟรี	4.22	0.83	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฝึกอบรมให้ทราบล่วงหน้า	4.16	0.76	มาก
4. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.97	0.79	มาก
5. มีการแจกของที่ระลึกหลังการฝึกอบรมฟรี	3.97	0.90	มาก
6. มีการส่งจดหมายเชิญฝึกอบรม	3.91	0.88	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อใน ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ ) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ ทั้งหมดให้ระดับความสำคัญมาก โดยเห็นว่า ควรมีการแจกใบรับรองผล / ประกาศนียบัตร เพื่อเป็นหลักฐานหรือเกียรติประวัติแก่ผู้เข้ารับบริการฝึกอบรม ( $\bar{x} = 4.26$ ) มีการแจกเอกสาร / หนังสือคู่มือฝึกอบรมเพิ่มเติมให้ฟรี ( $\bar{x} = 4.22$ ) รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฝึกอบรมให้ทราบล่วงหน้า ( $\bar{x} = 4.16$ ) สำหรับช่องทางการสื่อสารการตลาด ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ( $\bar{x} = 3.97$ ) มีการแจกของที่ระลึกหลังการฝึกอบรมฟรี ( $\bar{x} = 3.97$ ) และการส่งจดหมายเชิญฝึกอบรม ( $\bar{x} = 3.91$ )

## 4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การวิเคราะห์ทางเทคนิค เป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ โดยจะทำให้ทราบข้อมูลต่างๆ ทางด้านเทคนิคที่จำเป็นในการดำเนินการจัดฝึกอบรมซึ่งประกอบด้วย การจัดการด้านกายภาพ เช่น การจัดสรรพื้นที่ใช้สอย และการออกแบบผังกระบวนการให้บริการ เป็นต้น เทคนิคหรือรูปแบบในการจัดการฝึกอบรม ตลอดจนการเลือกใช้อุปกรณ์สำหรับการจัดฝึกอบรมที่เหมาะสมทั้งในแง่ของต้นทุนและประสิทธิภาพการใช้งาน โดยข้อมูลที่ศึกษาเหล่านี้จะนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการเพื่อจัดเตรียมงบประมาณต่อไป

### 4.2.1 การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพของโครงการ

#### 1) ทำเลและที่ตั้งคณะกรรมการสื่อสารมวลชน

จากการสำรวจที่ตั้งของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน จะอยู่ บริเวณด้านทิศตะวันตกของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถเดินยังคณะได้ 2 เส้นทาง คือ บริเวณทางแยกจากหน้าสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบริเวณทางแยกทางเข้าบ้านพักอ่างแก้ว โดยทุกเส้นทางสามารถสังเกตจากป้ายบอกทางซึ่งได้ติดตั้งไว้ทุกระยะทาง

สำหรับสถานที่ภายในคณะกรรมการสื่อสารมวลชน จะประกอบด้วยอาคาร 3 หลัง แบ่งเป็น อาคารบริหาร อาคารเรียน และอาคารปฏิบัติการวิทยุโทรทัศน์ บนเนื้อที่ประมาณ 27 ไร่ (แสดงผังรูปที่ 4.1 - 4.3) รายละเอียดด้านกายภาพของแต่ละอาคารมีดังนี้

1.1) อาคารบริหารคณะกรรมการสื่อสารมวลชนประกอบด้วย 4 ชั้น การจัดสรรพื้นที่ ใช้งาน ดังนี้

ชั้นที่ 1 ห้องผู้บริหารคณะ ห้องประชุมคณบดี และสำนักงานเลขานุการคณะ

ชั้นที่ 2 ห้องพักคณาจารย์

ชั้นที่ 3 การเรียนการสอนสาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์สาขาการหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

ชั้นที่ 4 สำนักงานบริหาร สถานีวิทยุกระจายเสียงสื่อสารมวลชน(FM 100) และห้องปฏิบัติการสาขาวิทยุกระจายเสียง



รูปที่ 4.1 อาคารบริหารคณะกรรมการสื่อสารมวลชน

1.2) อาคารเรียนรวม อาคารสำหรับการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท รวมถึงเป็นห้องปฏิบัติการสาขาการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ห้องปฏิบัติการ สาขาวิชาสื่อสารการแสดง และห้องปฏิบัติการถ่ายภาพ



รูปที่ 4.2 อาคารเรียนรวม คณะการสื่อสารมวลชน

**1.3) อาคารปฏิบัติการวิทยุและโทรทัศน์** อาคารสำหรับการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ  
ของนักศึกษาสาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์



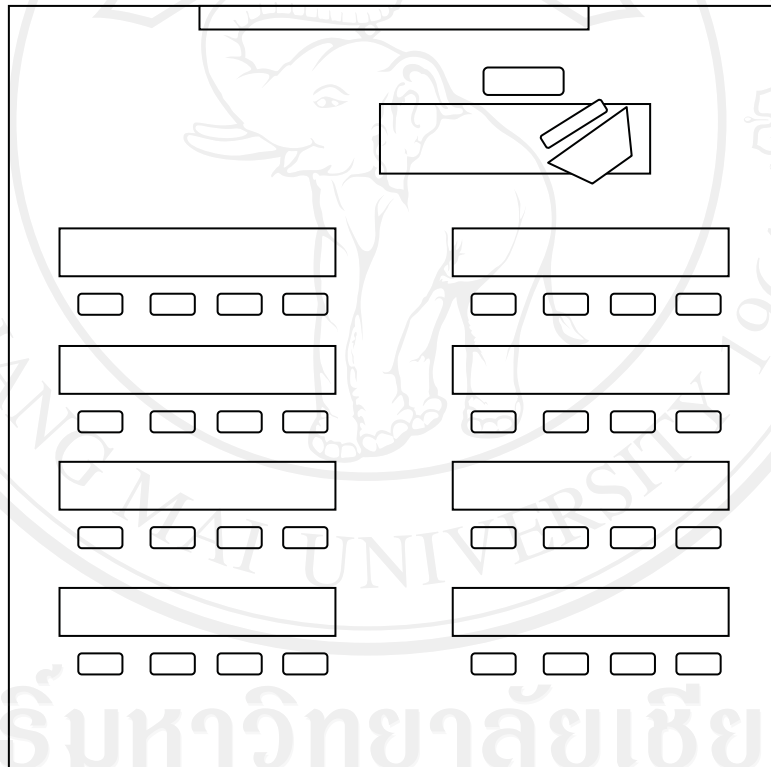
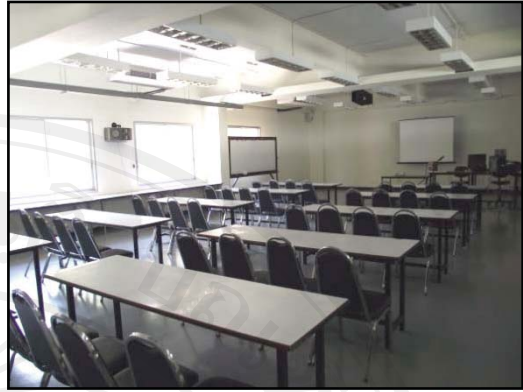
**รูปที่ 4.3** อาคารปฏิบัติการวิทยุและโทรทัศน์ คณะการสื่อสารมวลชน

**2) การจัดสรรพื้นที่การให้บริการของศูนย์บริการการสื่อสาร**

ในการจัดสรรพื้นที่การให้บริการของศูนย์บริการการสื่อสาร จะช่วยให้สามารถ  
ประมาณการค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง อาคารสถานที่ ครุภัณฑ์การศึกษาและอุปกรณ์สำนักงาน  
โดยพิจารณาจากกิจกรรมการฝึกอบรมและห้องสำหรับ ติดต่อประสานงาน กับผู้มารับบริการ  
โดยกำหนดให้จัดสรรพื้นที่ใช้สอยออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

**2.1) ห้องฝึกอบรมภาคการบรรยาย** กำหนดให้อยู่ในอาคารเรียนรวม เป็นห้องสำหรับ  
ฝึกอบรมภาคการบรรยาย ขนาดความจุ 32 ที่นั่ง ภายในประกอบด้วยครุภัณฑ์การศึกษา อุปกรณ์  
สำนักงานและโสตทัศนูปกรณ์ที่พร้อมใช้งาน แสดงดังรูปที่ 4.4

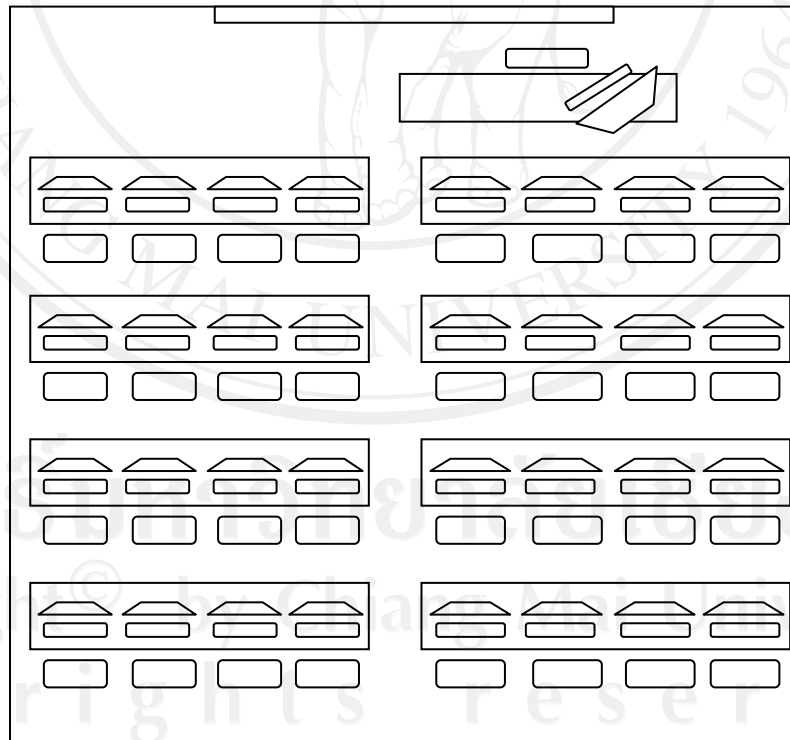




ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

รูปที่ 4.4 แผนผังจำลองห้องฝึกอบรมภาคการบรรยาย

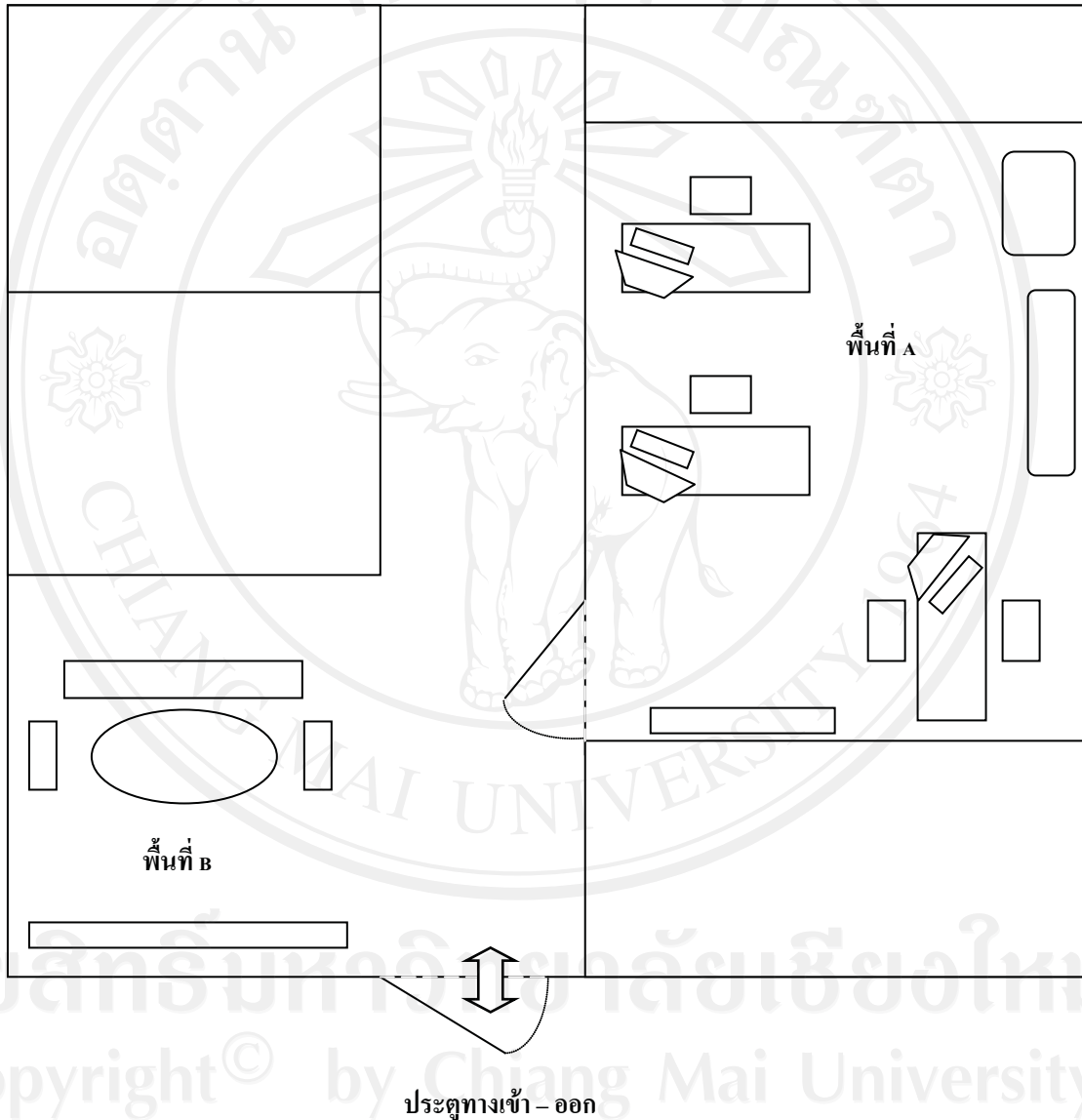
2.2) ห้องปฏิบัติการ คอมพิวเตอร์ กำหนดให้อยู่ในอาคารบริหาร เป็นห้องสำหรับฝึกอบรบภาคปฏิบัติ ขนาดความจุ 32 ที่นั่ง ภายในประกอบด้วยคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงานและโสตทัศนูปกรณ์ที่พร้อมใช้งาน แสดงดังรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 แผนผังจำลองห้องฝึกอบรบภาคปฏิบัติ



2.3) ห้องอำนวยความสะดวกประจำศูนย์บริการการสื่อสาร กำหนดให้อยู่ในอาคารเรียนรวม เพื่อให้สะดวกในการติดต่อประสานงาน งานธุรการ และการวางแผนการจัดการฝึกอบรมโดยภายในห้องจะประกอบโต๊ะทำงานของหัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสารและเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 ที่นั่ง รวมถึงการจัดห้องรับรองสำหรับต้อนรับแขกที่มาใช้บริการศูนย์บริการการสื่อสาร แสดงดังรูปที่ 4.6



พื้นที่ A : ห้องอำนวยความสะดวกประจำศูนย์บริการการสื่อสาร

พื้นที่ B : บริเวณห้องรับรอง

รูปที่ 4.6 แผนผังจำลองห้องอำนวยความสะดวกประจำศูนย์บริการการสื่อสาร

#### 4.2.2 การศึกษาทางด้านตลาดแข่งขันและเทคนิคการให้บริการของผู้ผลิตในตลาด

##### 1) การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน

จากการสำรวจคู่แข่งชั้นในในตลาดบริการฝึกอบรมด้านการสื่อสาร พบว่า โดยสภาพทั่วไปยังมีการแข่งขันไม่มากนัก เนื่องจากการฝึกอบรมด้านสื่อสารมวลชนจำเป็นที่จะต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ในเชิงเทคนิคค่อนข้างมาก เช่น อุปกรณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ห้องอัดรายการวิทยุกระจายเสียง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง เป็นต้น รวมถึงวิทยากรที่ให้ความรู้จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ฝึกอบรม จึงทำให้การเปิดจัดฝึกอบรมด้านนี้จำกัดในวงแคบ ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าไม่มีเพียงสถาบันการศึกษาเท่านั้นที่เปิดให้บริการด้านนี้อย่างครบวงจร และหลักสูตรที่เปิดอบรมจะเน้นเนื้อหาเชิงวิชาการควบคู่กับการฝึกปฏิบัติ โดยลักษณะการให้บริการมีทั้งในรูปแบบการแสวงหารายได้ เช่น การจัดฝึกอบรม การเป็นที่ปรึกษาและการวิจัย ส่วนรูปแบบบริการวิชาการที่ไม่แสวงหารายได้ เช่น การจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การเสวนาวิชาการ เป็นต้น จากการสำรวจสถาบันการศึกษาที่เปิดบริการวิชาการและการจัดฝึกอบรมด้านการสื่อสารในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สถาบันภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รายละเอียดดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 สถาบันภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เปิดบริการฝึกอบรมด้านการสื่อสาร

สถาบันภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	การให้บริการวิชาการแก่ชุมชน
สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITSC CMU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>หลักสูตรอบรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น เกี่ยวกับการใช้ Microsoft Office: word Excel PowerPoint เป็นต้น</li> <li>หลักสูตรการใช้งานโปรแกรมด้านกราฟิก เช่น Adobe Macromedia Authware Flash Dreamweaver Web Application</li> <li>หลักสูตรการใช้งานโปรแกรมด้านจัดการฐานข้อมูล Visual Basic.NET, ASP.NET, PHP, Database Design and My SQL</li> </ul>
สำนักบริการวิชาการ (UNISERV CMU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดฝึกอบรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในลักษณะตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคล หน่วยงาน องค์กรชุมชนและหน่วยงานเอกชน โดยเน้นด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม</li> </ul>
สถานบริการวิชาการมนุษยศาสตร์ (HAS CENTER CMU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>หลักสูตรอบรมเกี่ยวกับทักษะการพูด อ่าน เขียน ทั้งในภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ</li> </ul>

ตารางที่ 3.29 (ต่อ)

สถาบันภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	การให้บริการวิชาการแก่ชุมชน
ศูนย์นวัตกรรมจัดการ คณะบริหารธุรกิจ (Management Innovation Center : MIC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรการสื่อสารการตลาด เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการ เช่นการสร้างภาพลักษณ์องค์กร/การสร้างอัตลักษณ์ในตราสินค้า การส่งเสริมการตลาด เช่น ประชาสัมพันธ์และการโฆษณา</li> </ul>
ศูนย์ศิลปกรรมและกิจกรรมพิเศษ คณะวิจิตรศิลป์ (Service Art Project : SAP)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การให้บริการการสื่อสารด้านศิลปะและวัฒนธรรม</li> <li>● บริการการออกแบบสถานที่จัดแสดงงาน</li> <li>● ให้บริการความรู้ด้านศิลปกรรมและแนวโน้มด้านการออกแบบ นำเสนอผ่านเว็บไซต์ พัฒนาค้นแบบผลิตภัณฑ์</li> </ul>
สถาบันภายนอกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	การให้บริการวิชาการแก่ชุมชน
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรการผลิตรายการของวิทยุชุมชน</li> <li>● หลักสูตรการผลิตหนังสือ</li> <li>● การอบรมด้านการประชาสัมพันธ์</li> <li>● การอบรมด้านการผลิตสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์</li> </ul>
คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรการผลิตสื่อดิจิทัล</li> <li>● หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ</li> <li>● หลักสูตรการอบรมนักข่าวพลเมือง</li> <li>● หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อชุมชน</li> </ul>
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรการผลิตสื่อและสิ่งพิมพ์</li> <li>● หลักสูตรการผลิตหนังสือ</li> <li>● หลักสูตรการผลิตรายการสารคดีเพื่อชุมชน</li> <li>● หลักสูตรการพัฒนาบุคลากร</li> </ul>
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรการสื่อสารการตลาด</li> <li>● หลักสูตรการสื่อสารการตลาดทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่</li> <li>● ศิลปะและดนตรีเพื่องานนิเทศศาสตร์</li> </ul>

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) การวิเคราะห์เทคนิคของผู้ผลิตในตลาด

ในด้านเทคนิคของผู้ผลิตที่ให้บริการด้านการฝึกอบรมของละแห่ง พบว่า เทคนิคการฝึกอบรมโดยทั่วไปมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยหลักการพิจารณาครั้งนี้ได้กำหนดจากวัตถุประสงค์การจัดฝึกอบรมและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก จากการศึกษาสามารถจำแนกเทคนิคการฝึกอบรมออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้ดังนี้

### 2.1) เทคนิคการฝึกอบรมประเภทเน้นวิทยากรเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้

เทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้เป็นเทคนิคที่ให้ความสำคัญกับวิทยากร ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ในเรื่องที่ต้องการมากกว่าผู้อื่น มีรูปแบบการฝึกอบรมในลักษณะการสอน/บรรยาย การอภิปรายโดยผู้ทรงคุณวุฒิหลายคน และการบรรยายเป็นชุด เป็นต้น การฝึกอบรมประเภทนี้นิยมใช้ฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ การปรับเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยม การแก้ไขปัญหาาร่วมกัน การฝึกทักษะในพูดและการเขียน

### 2.2) เทคนิคการฝึกอบรมประเภทเน้นกลุ่มของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้

เป็นเทคนิคที่ว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมต่างก็มีความรู้ ความสามารถ และจะต้องช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นระหว่างกันเอง หรือเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองมากกว่าจะได้จากวิทยากรเท่านั้น มีรูปแบบการฝึกอบรมในลักษณะการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การระดมสมอง การฝึกปฏิบัติงานในเวลาจำกัด เป็นต้น การฝึกอบรมประเภทนี้ใช้ฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเพื่อการผลิตและพัฒนาสื่อต้นแบบ การวางแผน และการออกแบบสื่อ การประชาสัมพันธ์สื่อ การสร้างตราสินค้า เป็นต้น

### 2.3) เทคนิคการฝึกอบรมประเภทการสร้างทักษะและวัตถุประสงค์ของการใช้

เทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้พิจารณาจากความต้องการเรียนรู้แบบเฉพาะเจาะจง โดยผู้รับการฝึกอบรมอาจจะต้องมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ ตามความถนัด ประสงค์ที่ต้องการฝึกอบรมเพื่อขยายองค์ความรู้เพิ่มขึ้นหรือการเพิ่มทักษะในการทำงาน มีรูปแบบการฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการแสดงและการละคร ทักษะการสื่อสารด้านการตลาดและการโฆษณา เป็นต้น ทั้งนี้ การฝึกอบรมลักษณะนี้จำเป็นที่จะต้องใช้สื่อต่างๆ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น

### 2.4) เทคนิคการฝึกอบรมประเภทเน้นการใช้วัสดุอุปกรณ์เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้

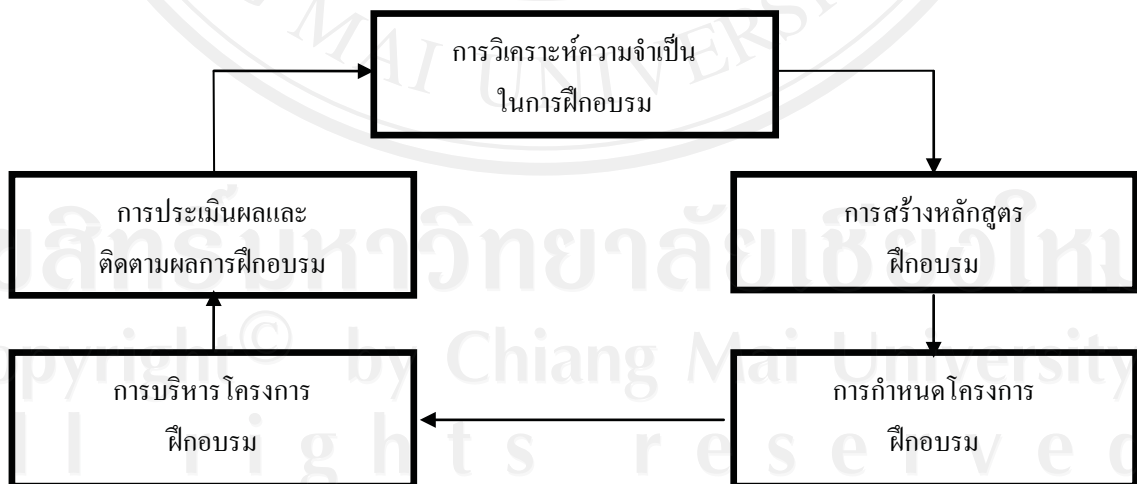
เทคนิคการฝึกอบรมประเภทนี้มุ่งเน้นให้ผู้รับการฝึกอบรมเกิดทักษะการปฏิบัติงานในสภาพจริง โดยวิทยากรผู้สอนจะมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ โดยสามารถให้คำแนะนำ และเทคนิคต่างๆ ระหว่างการฝึกอบรมได้ ดังนั้น การเรียนรู้จึงอาศัยวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เป็น

เครื่องมือสำคัญในการสาธิตหรือการฝึกปฏิบัติ มีการนำเสนอโดยใช้สไลด์ สื่อโทรทัศน์การสอน การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอน การใช้คู่มือสอน การใช้ห้องปฏิบัติการ เป็นต้น การฝึกอบรมประเภทนี้ นิยมใช้ฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ การถ่ายภาพและการตกแต่งด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การตัดต่อวีดิทัศน์ การออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นต้น

ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการใช้เทคนิคการฝึกอบรมใน การนำเสนอเนื้อหาสาระ ความรู้ แนวคิด หรือวิธีการปฏิบัติ รวมทั้งกิจกรรมการเรียนรู้อื่นๆ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความ รู้ ทักษะหรือการปรับเปลี่ยนทัศนคติตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้นวิทยากรผู้สอน ได้มีการบูรณาการเทคนิคการฝึกอบรม 2 - 3 เทคนิคมาประกอบกัน ซึ่งการเลือกใช้เทคนิคที่เหมาะสมนี้ จะต้องยึดหลักความพร้อมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้การฝึกอบรมสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.2.3 การวางแผนกระบวนการฝึกอบรม

ด้านการวางแผนการฝึกอบรม เป็นการศึกษาถึงกระบวนการให้บริการในภาพรวมเพื่อ จัดเตรียมความพร้อมให้กับผู้รับผิดชอบจัดการฝึกอบรมได้ดำเนินการอย่างมีระบบ โดยมีแนวทางการปฏิบัติเป็นขั้นตอน แสดงดังรูปที่ 4.7



รูปที่ 4.7 การวางแผนกระบวนการฝึกอบรม

จากรูปภาพที่ 4.1 การวางแผนกระบวนการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อได้กำหนดแผนงาน 5 ขั้นตอน โดยผู้รับผิดชอบต้องนำไปปฏิบัติเพื่อให้การฝึกอบรมเป็นไปอย่างมีระบบและบรรลุตรงตามเป้าหมาย โดยขั้นตอนกระบวนการฝึกอบรม มีรายละเอียดดังนี้

### 1) การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม

การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม เป็นการศึกษาความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือในหน่วยงานว่ามีปัญหาเรื่องใดบ้างที่สามารถแก้ไขให้หมดไปด้วยการฝึกอบรม รวมถึงการสอบถามไปยังกลุ่มบุคลากรเป้าหมายที่จะต้องเข้ารับการอบรม และมีจำนวนมากน้อยเพียงใด ประโยชน์ในการศึกษานี้เพื่อจะนำมาสร้างหลักสูตรที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาขององค์กรนั้นหรือตามความต้องการเฉพาะบุคคลที่ต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยผู้รับผิดชอบหลัก คือ นักวิชาการฝึกอบรม

### 2) การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม

การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม จะดำเนินการ หลังจากการสำรวจข้อมูลด้านความจำเป็นในการฝึกอบรมที่กล่าวไปแล้วนั้น ขั้นตอนต่อมา คือ การสร้างหลักสูตรที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสำรวจความต้องการด้านการตลาดที่กล่าวแล้วไว้ในหัวข้อที่ 3.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการเข้ารับบริการฝึกอบรมด้านการสื่อสาร และนำมากำหนดเป็นหลักสูตรฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร จำนวน 8 หลักสูตร แสดงดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 หลักสูตรฝึกอบรมและเนื้อหาฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร

หลักสูตร	ตัวอย่างเนื้อหาหลักสูตร
1.หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์	การตัดต่อวีดิทัศน์และการสร้างเทคนิคพิเศษด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป การออกแบบเนื้อหาและผลิตรายการ การผลิตวีดิทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัล เป็นต้น
2.หลักสูตรสื่อสารการแสดง	ทฤษฎีและศิลปะการแสดง เทคนิคการออกแบบการแสดง เทคนิคการเขียนบทละคร การแสดงละครเวที การนำเสนอสินค้าผ่านศิลปะการแสดง เป็นต้น



ตารางที่ 3.30 (ต่อ)

3.หลักสูตรการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	ผลิตพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อสุขภาพ สื่อสิ่งแวดลอม สื่อการเงินการธนาคาร การผลิตหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ออกแบบภาพ โปสเตอร์ นิตยสาร ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เป็นต้น
4.หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม	เทคนิคการพูดและพัฒนาบุคลิกภาพ เทคนิคการสื่อสารและพัฒนาองค์กร เทคนิคการพูดในที่สาธารณะ/ชุมชน การเป็นพิธีกร และผู้ดำเนินรายการ เป็นต้น
5.หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	เทคนิคเสริมสร้างสมรรถนะนักจัดรายการ วิทยุกระจายเสียง เทคนิคการผลิตรายการ วิทยุกระจายเสียง เทคนิคการเตรียมตัวเป็นผู้ประกาศ/การรายงานข่าวทางวิทยุกระจาย เป็นต้น
6.หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา	เทคนิคการวางแผนสื่อโฆษณา /การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ การวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาด การออกแบบจัดแสดงเพื่อจำหน่ายสินค้า เป็นต้น
7.หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ	เทคนิคการถ่ายภาพ การตกแต่งและการพิมพ์ภาพ การถ่ายภาพเพื่อผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์องค์กร เทคนิคใช้เครื่องมืออุปกรณ์การถ่ายภาพ เป็นต้น
8.หลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย	เทคนิคการใช้โปรแกรม Microsoft Office: PowerPoint Front Page Macromedia Authoware Flash Dreamweaver Multimedia Tool Book ASP.NET PHP Graphic เป็นต้น

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสำรวจในตารางที่ 4.7 – 4.16 ศูนย์บริการการสื่อสารสามารถเปิดบริการฝึกอบรม ได้ จำนวน 8 หลักสูตรๆ ละ 3 รุ่นต่อปี โดยคิดอัตราค่าลงทะเบียนอยู่ที่ 3,000 บาทต่อหลักสูตรและ กำหนดการฝึกอบรม จำนวน 1 วัน(6 ชั่วโมง)/หลักสูตร



### 3) การกำหนดโครงการฝึกอบรม

การกำหนดโครงการฝึกอบรม คือ ขั้นตอนการกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานและ ผู้รับผิดชอบ โดยการจัดทำเป็นเอกสารกำหนดการ ที่ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับเหตุผลความเป็นมา หรือความจำเป็นในการฝึกอบรม เนื้อหาหลักสูตร หัวข้อวิชาต่างๆ วิทยากร คุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ารับการอบรม วันเวลา สถานที่อบรม งบประมาณการค่าใช้จ่าย เป็นต้น ทั้งนี้ ก่อนการดำเนินงานจริง จะต้องมีการวางแผนแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในงานต่างๆ ตลอดจนรายละเอียดด้านการบริหารและ ธุรการต่างๆ โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในงานฝ่ายต่างๆ เช่น หัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสาร นักวิชาการ ฝึกอบรม เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

### 4) การบริหารโครงการฝึกอบรม

การบริหารโครงการฝึกอบรม ในที่นี้จะกล่าวถึงความสำคัญของบุคคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินการฝึกอบรม โดยผู้ปฏิบัติงานจะต้องลำดับความสำคัญบริหารงานฝึกอบรม และ สามารถวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งบทบาทของเจ้าหน้าที่ผู้จัดโครงการอบรมจะต้องช่วย อำนวยความสะดวก ทั้งในด้านสถานที่ โสตทัศนูปกรณ์ วัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะ การให้บริการแก่ วิทยากร และผู้เข้ารับการฝึกอบรม การจัดเตรียมเงินงบประมาณดำเนินงานและเอกสารทางการเงิน ต่างๆ รวมถึงการทำหน้าที่ควบคุมให้การฝึกอบรมดำเนินให้เป็นไปตามกำหนดการที่วางไว้

### 5) การติดตามและประเมินผลการฝึกอบรม

การติดตามและประเมินผลการฝึกอบรม คือ ขั้นตอนการสรุปประเมินผลการ ฝึกอบรมและจัดทำรายงานเสนอให้หัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสาร ได้พิจารณาถึงผลของการ ฝึกอบรม เพื่อนำผลการประเมินโครงการฝึกอบรม มาใช้พิจารณาประกอบในการจัดฝึกอบรม หลักสูตรเช่นเดียวกันในครั้ง/รุ่นถัดไป หรือใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร เพื่อจะทำให้การฝึกอบรมเกิดสัมฤทธิ์ผลตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการเพิ่มขึ้น การติดตามและ ประเมินผลการฝึกอบรม อาจกระทำได้หลายลักษณะ เช่น การสังเกตพฤติกรรมของผู้รับการ ฝึกอบรม การใช้แบบประเมินผล การสอบถาม หรือการทดสอบความรู้ เป็นต้น

#### 4.2.4 การวางแผนปฏิบัติงานโครงการฝึกอบรม

การวางแผนปฏิบัติงานโครงการฝึกอบรม คือ การกำหนดแผนปฏิบัติงานโดยระบุถึง กิจกรรมต่างๆ ขั้นตอนและแนวทางที่จะดำเนินการอย่างละเอียด พร้อมทั้งจัดลำดับการจัดกิจกรรม ต่างๆ ว่าสิ่งใดจะต้องดำเนินการก่อน-หลัง ตลอดจนกำหนดตัวบุคคลผู้รับผิดชอบดำเนินการสำหรับ แต่ละกิจกรรม เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ อย่างมีระบบและสะดวกในการติดตามผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุ

เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้น เพื่อให้ทราบแนวทางของการบริหาร โครงการฝึกอบรมสามารถแบ่ง ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

**1) การดำเนินงานสำหรับระยะเวลาก่อนการฝึกอบรม** กิจกรรมที่สำคัญ มีดังนี้

- 1.1) การคัดเลือกวิทยากรและการเชิญวิทยากร
- 1.2) การจัดสถานที่ฝึกอบรม/ห้องปฏิบัติการและ โสตทัศนูปกรณ์
- 1.3) การวางแผนสำหรับพิธีเปิด - ปิด
- 1.4) การจัดทำกำหนดการฝึกอบรม
- 1.5) การจัดเตรียมช่องทางรับสมัครและการชำระค่าลงทะเบียน
- 1.6) การประชาสัมพันธ์โครงการและการเชิญให้ส่งผู้เข้าอบรมหรือให้สมัครเข้า  
อบรม
- 1.7) การจัดเตรียมแฟ้มเอกสารประกอบการอบรม
- 1.8) การเตรียมการบริการอาหารว่าง/เครื่องดื่ม และอาหารระหว่างฝึกอบรม
- 1.9) การจัดเตรียมแบบประเมินผล โครงการ
- 1.10) การจัดเตรียมอื่นๆ เช่น การจัดทำวุฒิบัตรหรือเกียรติบัตร การทำป้ายชื่อวิทยากร  
การทำป้ายตั้ง โต๊ะลงทะเบียน การเตรียมแบบฟอร์มลงทะเบียนของผู้เข้ารับการฝึกอบรม การทำป้าย  
ชื่อ โครงการฝึกอบรมหน้าเวที เป็นต้น

**2) การดำเนินงานสำหรับช่วงระหว่างการฝึกอบรม** กิจกรรมที่สำคัญ มีดังนี้

- 2.1) การดำเนินงานเกี่ยวกับวิทยากร
  - 2.1.1) การแจ้งเตือนวิทยากรล่วงหน้า
  - 2.1.2) การจัดรถรับ-ส่งวิทยากร (กรณีเชิญวิทยากรจากภายนอก)
  - 2.1.3) การต้อนรับและอำนวยความสะดวกในการจัดเตรียมการสื่อการสอน
  - 2.1.4) การจัดเครื่องดื่ม/อาหารว่าง หรืออาหารสำหรับวิทยากร
  - 2.1.5) การจัดเตรียมค่าตอบแทนและใบสำคัญการจ่ายเงิน
- 2.2) การดำเนินการฝึกอบรม ผู้รับผิดชอบ โครงการฝึกอบรมควรดำเนินการ ดังนี้
  - 2.2.1) การทำหน้าที่พิธีกรทั่วไประหว่างการฝึกอบรม เช่น การกล่าวต้อนรับ  
การกล่าวแนะนำวิทยากร การชี้แจงวัตถุประสงค์หรือรายละเอียด  
โครงการ เป็นต้น
  - 2.2.2) การแจกเอกสารประกอบการฝึกอบรม
  - 2.2.3) การให้บริการและอำนวยความสะดวกในระหว่างการฝึกอบรม เช่น การ  
แนะนำการใช้อุปกรณ์สื่อทัศนูปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น

2.2.4) สังเกตการณ์การฝึกอบรมและควบคุมเวลาฝึกอบรมให้เป็นไปตามกำหนดการที่วางแผนไว้

2.2.5) ดูแลจัดให้มีการบริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม หรืออาหารมื้อต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้

2.2.6) การประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม

2.2.7) การกล่าวปิดการฝึกอบรมและขอบคุณวิทยากร

3) การดำเนินงานสำหรับช่วงหลังการฝึกอบรม หลังจากการฝึกอบรมสิ้นสุดลง กิจกรรมที่เจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินโครงการฝึกอบรมจะต้องปฏิบัติ ได้แก่

3.1) การสรุปผลการประเมินโครงการ

3.2) การดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน เช่น การสรุปค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ รวมถึงเอกสารใบสำคัญรับเงินและสำเนาเอกสารทางการเงินอื่นๆ

3.3) การส่งหนังสือขอบคุณวิทยากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.4) การออกใบรับรองการผ่านฝึกอบรม (ถ้ามีการร้องขอ)

3.5) การสรุปรายชื่อวิทยากรและจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งหมดเพื่อใช้สำหรับเป็นข้อมูลในการฝึกอบรมครั้งต่อไป

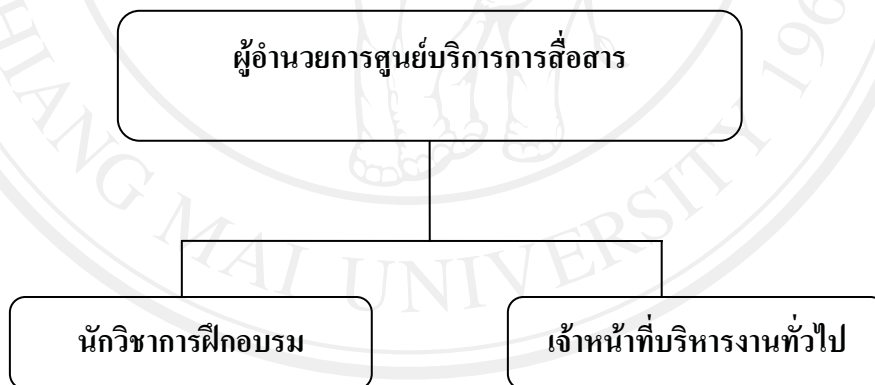
จากที่กล่าวข้างต้น เป็นเพียงการกำหนดกิจกรรมเพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการได้เห็นขั้นตอนดำเนินกิจกรรมโดยภาพรวม ซึ่งในการจัดฝึกอบรมแต่ละครั้งอาจมีรายละเอียดที่แตกต่างกันตามลักษณะวัตถุประสงค์ของโครงการ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการช่วยลดข้อผิดพลาดและสามารถดำเนินการได้สะดวก ศูนย์บริการการสื่อสารมีนโยบายให้ผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรมจัดทำเป็นแบบฟอร์มตรวจสอบรายการต่างๆ ที่จะต้องดำเนินการในการบริหารโครงการฝึกอบรมแต่ละครั้ง

### 4.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการจัดการ

การบริหารจัดการองค์ของศูนย์บริการสื่อสาร ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินโครงการ เนื่องจากการบริหารและการจัดการที่มีประสิทธิภาพจะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ ที่ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และความถูกต้องของการคิด การวิเคราะห์และการวางแผน ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของโครงการที่ตั้งไว้ โดยการบริหารจัดการจะมีหลักการและแนวความคิดของโครงการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล การกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายกำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกของการดำเนินงานอาจจะยังให้บริการไม่เต็มกำลังมากนัก เนื่องจากเป็นช่วงของการเข้าสู่ตลาดใหม่ จึงมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรเป็นแบบเรียบง่าย โดยที่หัวหน้าศูนย์จะเป็นผู้บริหารสามารถควบคุมการดำเนินงานทุกอย่างด้วยตัวเอง ในขณะที่พนักงานจะปฏิบัติงานตามคำสั่งของหัวหน้าศูนย์โดยตรง

#### 4.3.1 รูปแบบโครงสร้างองค์กร



รูปที่ 4.8 แผนผังองค์กรของศูนย์บริการการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน

#### จำนวนบุคลากรในศูนย์บริการการสื่อสาร

- |                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| 1. ผู้อำนวยการศูนย์บริการการสื่อสาร | 1 คน |
| 2. นักวิชาการฝึกอบรม                | 1 คน |
| 3. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป       | 1 คน |

รวม 3 คน

#### 4.3.2 หน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรที่สำคัญ

1) หัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสาร มีหน้าที่ร บริหารงานและดำเนินงานศูนย์บริการการสื่อสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ระเบียบ นโยบายและยุทธศาสตร์ของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน และศูนย์บริการการสื่อสาร รวมถึงการกำหนดงบประมาณ แผนกลยุทธ์ดำเนินงาน การควบคุมและติดตามผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในส่วนงานต่างๆ

2) นักวิชาการฝึกอบรม มีหน้าที่รับผิดชอบ กำหนดแผนการปฏิบัติงานด้านการจัดฝึกอบรม การจัดทำหลักสูตร และควบคุมดูแลการปฏิบัติงานด้านการจัดฝึกอบรม ตามแนวทางปฏิบัติที่ได้กำหนด รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3) เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปรับผิดชอบ มีหน้าที่ดูแล และปฏิบัติงานด้านธุรกรงานเอกสาร รับส่งหนังสือ และปฏิบัติงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ ภายในองค์กร ตามแนวทางปฏิบัติที่ได้กำหนด และปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

#### 4.4 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นผลมาจากการศึกษา ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และการบริหารจัดการ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาประมาณการต้นทุนและรายรับใน โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร ซึ่งจะดำเนินการตัดสินใจลงทุน โดยการคำนวณด้วยเครื่องมือทางการเงินดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
2. อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)
3. ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period: PB)
4. อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C Ratio)
5. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break – even Analysis)
6. การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ (Sensitivity Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงใน 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 การเพิ่มต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการในอัตราคงที่ เมื่อกำหนดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ตั้งแต่ปีที่ 2 โดยที่มีผลตอบแทนคงที่

กรณีที่ 2 การลดผลตอบแทนหรือรายได้ของโครงการในอัตราคงที่ เมื่อกำหนดรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ตั้งแต่ปีที่ 2 โดยที่มีต้นทุนคงที่

#### 4.4.1 การศึกษาต้นทุน

ในการศึกษาการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของ โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่สามารถแจกแจงตัวแปรทางด้านต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของศูนย์บริการการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

##### 1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Cost)

##### 1.1) ห้องฝึกอบรมภาคการบรรยาย (ขนาดความจุ 32 ที่นั่ง)

(1) ค่าครุภัณฑ์ ได้แก่ ชุดคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องสำรองไฟ (สำหรับผู้สอน) โต๊ะและเก้าอี้ผู้สอน พร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์ เก้าอี้บุนวม และโต๊ะพับเอนกประสงค์

(2) ค่าอุปกรณ์การศึกษา ได้แก่ เครื่องขยายเสียงพร้อมไมโครโฟน ลำโพงและวัสดุซับเสียง เครื่องเล่นดีวีดี จอแสดงผลชนิด LCD TV ขนาด 52 นิ้ว กระดานไวท์บอร์ดติดผนัง รายละเอียดดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ต้นทุนค่าใช้จ่ายห้องฝึกอบรมภาคการบรรยาย (ขนาดความจุ 32 ที่นั่ง)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
<b>ค่าครุภัณฑ์</b>			
ชุดคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องสำรองไฟ (สำหรับผู้สอน)	1	33,000	<b>33,000</b>
โต๊ะและเก้าอี้ผู้สอน พร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์	1	9,900	<b>9,900</b>
เก้าอี้บุนวม	32	800	<b>25,600</b>
โต๊ะพับเอนกประสงค์	8	2,500	<b>20,000</b>
<b>ค่าอุปกรณ์การสอน</b>			
เครื่องขยายเสียงพร้อมไมโครโฟน ลำโพงและวัสดุซับเสียง	1	80,000	<b>80,000</b>
เครื่องเล่นดีวีดี	1	3,500	<b>3,500</b>
จอแสดงผลชนิด LCD TV ขนาด 52 นิ้ว	2	70,000	<b>140,000</b>
กระดานไวท์บอร์ดติดผนัง	1	8,000	<b>8,000</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>			<b>320,000</b>

ที่มา: คำนวณจากราคามาตรฐานครุภัณฑ์



### 1.2) ห้องฝึกอบรมคอมพิวเตอร์ (ขนาดความจุ 3 ที่นั่ง)

(1) ค่าครุภัณฑ์ ได้แก่ โต๊ะและเก้าอี้ผู้สอน พร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์ โต๊ะคอมพิวเตอร์ เก้าอี้ผู้เรียน (แบบมีล้อเลื่อน)

(2) ค่าอุปกรณ์การศึกษา ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ดติดผนังแบบ 2 ชั้น เครื่องขยายเสียงพร้อมไมโครโฟน ลำโพงและวัสดุขับเสียง เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับออกแบบจัดหน้าสื่อจอแสดงผลชนิด LCD TV ขนาด 52 นิ้ว ระบบสัญญาณ PAL 625 เส้น รายละเอียดดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ต้นทุนค่าใช้จ่ายห้องฝึกอบรมคอมพิวเตอร์ (ขนาดความจุ 32 ที่นั่ง)

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	รวมค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
<b>ค่าครุภัณฑ์</b>			
โต๊ะและเก้าอี้ผู้สอน พร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์	1	9,900	<b>9,900</b>
โต๊ะคอมพิวเตอร์	32	2,000	<b>64,000</b>
เก้าอี้ผู้เรียน (แบบมีล้อเลื่อน)	32	2,000	<b>64,000</b>
<b>ค่าอุปกรณ์การสอน</b>			
กระดาน ไวท์บอร์ดติดผนังแบบ 2 ชั้น	1	8,000	<b>8,000</b>
เครื่องขยายเสียงพร้อมไมโครโฟน ลำโพงและวัสดุขับเสียง	1	80,000	<b>80,000</b>
เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับออกแบบจัดหน้าสื่อ	32	50,000	<b>1,600,000</b>
จอแสดงผลชนิด LCD TV ขนาด 52 นิ้ว ระบบสัญญาณ PAL 625 เส้น	1	70,000	<b>70,000</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>			<b>1,895,900</b>

ที่มา: คำนวณจากราคามาตรฐานครุภัณฑ์



### 1.3) ห้องอำนวยการประจำศูนย์บริการการสื่อสาร

ค่าครุภัณฑ์ละอูปรณ์สำนักงานได้แก่ โต๊ะทำงาน เก้าอี้หุ้มหนังเทียม (แบบมีล้อเลื่อน) ตู้บานเลื่อนกระจก ตู้ใส่เอกสารการเรียนการสอน ชุดโซฟารับแขก บอร์ดจัดนิทรรศการ (ติดผนัง) โต๊ะพร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์ชุดคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องสำรองไฟกระดานไวท์บอร์ด (แบบแขวน) รายละเอียดดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ต้นทุนค่าใช้จ่ายห้องอำนวยการประจำศูนย์บริการการสื่อสาร

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมค่าใช้จ่ายเป็นเงิน (บาท)
<b>ครุภัณฑ์</b>			
โต๊ะทำงาน	3	4,500	13,500
เก้าอี้หุ้มหนังเทียม (แบบมีล้อเลื่อน)	5	2,500	12,500
ตู้บานเลื่อนกระจก	3	5,900	17,700
ตู้ใส่เอกสารการเรียนการสอน	3	12,000	36,000
กระดานไวท์บอร์ด (แบบแขวน)	3	950	2,850
บอร์ดจัดนิทรรศการ (ติดผนัง)	1	8,000	8,000
โต๊ะพร้อมใส่ชุดคอมพิวเตอร์	3	9,000	27,000
ชุดคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องสำรองไฟ	3	33,000	99,000
ชุดโซฟารับแขก	1	30,000	30,000
<b>รวมทั้งสิ้น</b>			<b>246,550</b>

ที่มา: คำนวณจากราคามาตรฐานครุภัณฑ์

2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operation Cost) คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินโครงการ มักเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นซ้ำ (recurring cost) ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดฝึกอบรมและค่าใช้จ่ายเพื่อการบริหารงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1) ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดฝึกอบรม ประกอบด้วย

(1) ค่าวัสดุฝึกอบรม หมายถึง ค่าใช้จ่ายเพื่อวัสดุสำหรับการจัดฝึกอบรมและใช้ในสำนักงาน มีค่าใช้จ่าย 59,599 บาทต่อปี รายละเอียดดังตารางที่ 4.34 โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 330,783.52 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.34 ต้นทุนค่าวัสดุฝึกอบรม

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
กระดาษ A4	30	ห่อ	95	3,150
ดินสอ	2,500	ด้าม	1	2,500
แปลงลบกระดาน	4	อัน	15	60
ปากกาเขียนไวท์บอร์ด	3	ด้าม	168	504
หมึกพิมพ์ (LaserJet)	10	ตลับ	1,900	19,000
ค่าถ่ายเอกสาร	5,000	แผ่น	0.45	2,250
ค่าแผ่น CD	100	แผ่น	2.52	252
ค่าแผ่น DVD-R	50	แผ่น	3.66	183
เพิ่มพลาสติกใส่พร้อมพิมพ์สกิน	1,000	ใบ	32	32,000
<b>รวมทั้งสิ้น</b>				<b>59,599</b>

ที่มา: คำนวณจากราคาตลาด

ตารางที่ 4.35 การคำนวณค่าวัสดุฝึกอบรมตลอดโครงการ

ปีที่	ตัวปรับค่าอัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 3.5 (แบบทบต้น)	รวมค่าใช้จ่ายของวัสดุการศึกษา
ปีที่ 1	1.035	61,684.97
ปีที่ 2	1.035	63,843.94
ปีที่ 3	1.035	66,078.48
ปีที่ 4	1.035	68,391.22
ปีที่ 5	1.035	70,784.92
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>330,783.52</b>

ที่มา: คำนวณจากราคาตลาด

(2) ค่าตอบแทนวิทยากร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่วิทยากรที่มาจากความรู้แก่ผู้รับการฝึกอบรม มีหน้าที่เป็นตัวละครสำคัญที่จะทำให้ผู้เข้ารับการอบรม เกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดทักษะ เกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเรื่องฝึกอบรม จนกระทั่งผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้และสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ฝึกอบรม โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 738,000 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 การคำนวณค่าตอบแทนวิทยากรตลอดโครงการ

ปีที่	วิทยากรภายในมหาวิทยาลัย				วิทยากรภายนอกมหาวิทยาลัย				รวม ค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
	จำนวน ชั่วโมง บรรยาย (ชั่วโมง)	ค่าสอน ต่อ ชั่วโมง (บาท)	จำนวน ชั่วโมง ปฏิบัติ (ชั่วโมง)	ค่าสอน ต่อ ชั่วโมง (บาท)	จำนวน ชั่วโมง บรรยาย (ชั่วโมง)	ค่าสอน ต่อ ชั่วโมง (บาท)	จำนวน ชั่วโมง ปฏิบัติ (ชั่วโมง)	ค่าสอน ต่อ ชั่วโมง (บาท)	
ปีที่ 1	72	600	27	600	-	-	45	1,200	147,600
ปีที่ 2	72	600	27	600	-	-	45	1,200	147,600
ปีที่ 3	72	600	27	600	-	-	45	1,200	147,600
ปีที่ 4	72	600	27	600	-	-	45	1,200	147,600
ปีที่ 5	72	600	27	600	-	-	45	1,200	147,600
รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น									738,000

ที่มา: จากการประมาณการ

(3) ค่าตอบแทนผู้ช่วยวิทยากร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่ผู้ช่วยวิทยากรที่มาให้ความรู้แก่ผู้รับการฝึกอบรม มีหน้าที่ให้ข้อมูลและกำหนดการฝึกอบรม รวมถึงการแนะนำวิทยากร ขึ้นบรรยายบนเวที การประสานงานในระหว่างการฝึกอบรม การดำเนินกิจกรรมในด้าน การประเมินผลและสรุปผลการฝึกอบรม โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 144,000 บาท รายละเอียด ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 การคำนวณค่าตอบแทนผู้ช่วยวิทยากรตลอดโครงการ

ปีที่	จำนวนผู้ช่วย วิทยากร (คน)	จำนวนชั่วโมงตลอดโครงการ (ชั่วโมง)	ค่าตอบแทน (บาทต่อชั่วโมง)	รวมค่าใช้จ่ายเป็น เงิน (บาท)
ปีที่ 1	2	144	200	28,800
ปีที่ 2	2	144	200	28,800
ปีที่ 3	2	144	200	28,800
ปีที่ 4	2	144	200	28,800
ปีที่ 5	2	144	200	28,800
รวมทั้งสิ้น				144,000

ที่มา: จากการประมาณการ

(4) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของวิทยากรภายนอก หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของวิทยากรคำนวณจากค่าโดยสารเครื่องบิน ค่าที่พักโรงแรม และค่าโดยสารแท็กซี่ โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 232,588 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 การคำนวณค่าใช้จ่ายในการเดินทางของวิทยากรภายนอกตลอดโครงการ

ปีที่	จำนวน วิทยากร (คน)	จำนวน ครั้ง	ค่าใช้จ่ายต่อวิทยากร(บาท)			ตัวปรับค่าอัตรา เงินเพื่อ ร้อยละ 3.5	รวม (บาท)
			ค่าโดยสาร เครื่องบิน	ค่าที่พัก	ค่าโดยสาร แท็กซี่		
ปีที่ 1	1	15	3,000	1,000	500	1.035	46,518
ปีที่ 2	1	15	3,000	1,000	500	1.035	46,518
ปีที่ 3	1	15	3,000	1,000	500	1.035	46,518
ปีที่ 4	1	15	3,000	1,000	500	1.035	46,518
ปีที่ 5	1	15	3,000	1,000	500	1.035	46,518
รวมทั้งสิ้น							232,588

ที่มา: จากการประมาณการ

(5) ค่าอาหารในการฝึกอบรม หมายถึง ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม อาหารกลางวันและอาหารเย็น เพื่อเป็นการให้บริการแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 999,027บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 การคำนวณค่าอาหารในการฝึกอบรมตลอดโครงการ

ปีที่	ค่าอาหารในการฝึกอบรม (บาท)	ตัวปรับค่าอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3.5	รวมค่าใช้จ่ายเป็นเงิน (บาท)
ปีที่ 1	180,000	1.035	186,300
ปีที่ 2	186,300	1.035	192,821
ปีที่ 3	192,821	1.035	199,569
ปีที่ 4	199,569	1.035	206,554
ปีที่ 5	206,554	1.035	213,784
รวมทั้งสิ้น			999,027

ที่มา: จากการประมาณการ

## 2.2) ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วย

(1) ค่าตอบแทนหัวหน้าศูนย์ หมายถึง เงินที่จ่ายเป็นค่าตอบแทนให้แก่หัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสาร จำนวน 1 คน คือ ค่าตอบแทนอัตรา 10,200 บาทต่อเดือน โดยสมมติให้จ่ายอัตราคงที่ตลอดอายุโครงการ โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 612,000 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 การคำนวณค่าตอบแทนหัวหน้าศูนย์บริการการสื่อสารตลอดโครงการ

ปีที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวมค่าใช้จ่ายเป็นเงิน (บาท)
ค่าตอบแทน (บาท)	122,400	122,400	122,400	122,400	122,400	612,000

ที่มา: จากการประมาณการ

(2) ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการการสื่อสาร หมายถึง เงินที่จ่ายเป็นค่าจ้างให้แก่เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการการสื่อสาร จำนวน 2 คน คือ ค่าจ้างตามระดับปริญญาตรี อัตรา 7,940 บาทต่อเดือน และเงินสมทบประกันสังคมร้อยละ 5 หรือคิดเป็นเงิน 4,994 บาทต่อเดือน นอกจากนี้อัตราค่าจ้างยังได้รับการปรับขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี รายละเอียดดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 การคำนวณค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประจำสาขาตลอดโครงการ

ปีที่	อัตราค่าจ้าง (บาท)	ประกันสังคม (บาท)	ค่าจ้างรวมเป็นเงิน (บาท)
ปีที่ 1	381,120	18,396	399,516
ปีที่ 2	400,176	18,396	418,572
ปีที่ 3	419,468	18,396	437,864
ปีที่ 4	440,442	18,396	458,838
ปีที่ 5	462,464	18,396	480,860
รวม	2,103,670	91,980	2,195,650

ที่มา: จากการประมาณการ

(3) ค่าธรรมเนียมที่จ่ายให้แก่มหาวิทยาลัย หมายถึง ค่าใช้จ่ายทางโครงการที่ต้องจ่ายให้แก่มหาวิทยาลัย (อ้างอิงจากเกณฑ์การจัดสรรค่าธรรมเนียมการศึกษาปี 2548) ในที่นี้คือค่าธรรมเนียมหักให้แก่มหาวิทยาลัยร้อยละ 3 ของรายได้สุทธิโครงการ โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 การคำนวณค่าธรรมเนียมที่จ่ายให้แก่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตลอดโครงการ

ปีที่	รายรับจากค่าลงทะเบียน ฝึกอบรม(บาท)	หักค่าธรรมเนียม ร้อยละ 3 ให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (บาท)	รวมค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่ ให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นเงิน (บาท)
ปีที่ 1	2,160,000	1.03	64,800
ปีที่ 2	2,376,000	1.03	71,280
ปีที่ 3	2,613,600	1.03	78,408
ปีที่ 4	2,874,960	1.03	86,249
ปีที่ 5	3,162,456	1.03	94,874
รวมทั้งสิ้น			395,610

ที่มา: จากการประมาณการ

(4) ค่าประชาสัมพันธ์โครงการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหลักสูตร การจัดทำป้ายโปสเตอร์ จัดพิมพ์แผ่นพับ/โบชัวร์ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 62,500 บาทต่อปี (ดังตารางที่ 4.43) และมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.44.

ตารางที่ 4.43 การคำนวณค่าประชาสัมพันธ์โครงการ

รายการ	จำนวน	หน่วย	อัตราต่อหน่วย (บาท)	รวมค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
จัดทำโปสเตอร์	10	แผ่น	300	3,000
พิมพ์โบชัวร์ประชาสัมพันธ์	3,000	แผ่น	1.5	4,500
ส่งเอกสารประชาสัมพันธ์	500	ฉบับ	10	5,000
ของที่ระลึก	1,000	ชิ้น	50	50,000
			รวมทั้งสิ้น	62,500

ที่มา: จากการประมาณการ

ตารางที่ 4.44 รายการค่าประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ

ปีที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวมค่าใช้จ่าย เป็นเงิน (บาท)
ค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500	312,500

ที่มา: จากการประมาณการ



(5) ค่าสาธารณูปโภค หมายถึง ค่าใช้จ่ายในรายการค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ และค่าเช่าห้องเรียนปฏิบัติการ ทั้งนี้ มีการขอกำหนดจ่ายให้กับคณะกรรมการสื่อสารมวลชน อัตราร้อยละ 2 ของเงินรายรับสุทธิ มีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการ 263,740 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 การคำนวณค่าสาธารณูปโภคตลอดโครงการ

ปีที่	รายรับจากค่าลงทะเบียน ฝึกอบรม (บาท)	หักค่าสาธารณูปโภค ร้อยละ 2 ให้คณะกรรมการสื่อสารมวลชน (บาท)	รวมค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน (บาท)
ปีที่ 1	2,160,000	0.02	43,200
ปีที่ 2	2,376,000	0.02	47,520
ปีที่ 3	2,613,600	0.02	52,272
ปีที่ 4	2,874,960	0.02	57,499
ปีที่ 5	3,162,456	0.02	63,249
รวมทั้งสิ้น			263,740

ที่มา: จากการประมาณการ

#### 4.4.2 การศึกษาผลตอบแทน

ในการประมาณการผลตอบแทน ของโครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรม ศูนย์บริการการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชนครั้งนี้ สมมติว่ารายได้มาจากการเก็บค่าลงทะเบียน ฝึกอบรมเพียงอย่างเดียว โดยกำหนดอัตราค่าลงทะเบียนฝึกอบรม (ตารางที่ 4. 46) และไม่มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราค่าลงทะเบียนฝึกอบรมตลอดช่วงเวลา 5 ปี ที่ทำการศึกษาและสมมติให้จำนวน ผู้รับการฝึกอบรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี ดังนั้น ประมาณการรายได้จากค่าลงทะเบียนการศึกษา ของโครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมศูนย์บริการการสื่อสาร รายละเอียดดังตาราง ที่ 4.47

ตารางที่ 4.46 การคำนวณผลตอบแทนของโครงการ

หลักสูตร	จำนวนหลักสูตร	จำนวนรุ่นต่อปี	จำนวนผู้เข้าอบรม (คน/หลักสูตร)	ค่าลงทะเบียน (บาท)/คน	รายรับ (บาท)
หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรสื่อสารการแสดง	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ	1	3	30	3,000	270,000
หลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย	1	3	30	3,000	270,000
<b>รวมทั้งสิ้น</b>					<b>2,160,000</b>

ที่มา: จากการประมาณการ

ตารางที่ 4.47 การคำนวณผลตอบแทนตลอดโครงการ

ปี	อัตราการเพิ่ม ร้อยละ 10 ต่อปี	จำนวนที่เพิ่มขึ้นต่อปี	จำนวนรายรับ (บาท)
ปีที่ 1	-	240	2,160,000
ปีที่ 2	1.10	264	2,376,000
ปีที่ 3	1.10	290	2,613,600
ปีที่ 4	1.10	319	2,874,960
ปีที่ 5	1.10	351	3,162,456
รวม		1,465	13,187,016

ที่มา: จากการประมาณการ

#### 4.4.3 ผลการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงิน

โดยการวางแผนทางการเงินด้วยข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาด้านต่างๆ เป็นการประเมินรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางการเงิน และเพื่อประเมินโครงการในเชิงเศรษฐกิจจำเป็นต้องนำข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาด และด้านเทคนิค มาประกอบการคาดการณ์รายรับและต้นทุนเพื่อทำการตัดสินใจโดยการหาค่า PB NPV IRR และ B/C Ratio ภายใต้อัตรารีดลดร้อยละ 8 ร้อยละ 10 และร้อยละ 12 แสดงดังตารางที่ 4.48 - 4.50

ตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยหาค่า NPV IRR B/C Ratio และ PB กรณีอัตราคิดลด ร้อยละ 8

ปีที่	ผลตอบ แทน	มูลค่าปัจจุบัน ของ ผลตอบแทน	ต้นทุน	มูลค่าปัจจุบัน ของ ต้นทุน	ผลได้สุทธิ	มูลค่าปัจจุบัน ของ ผลตอบแทนสุทธิ
0	0	0	2,462,400	2,462,400	-2,462,400	-2,462,400
1	2,160,000	2,000,000	1,163,319	1,077,147	996,681	922,853
2	2,376,000	2,037,037	1,201,855	1,030,397	1,174,145	1,006,640
3	2,613,600	2,074,760	1,242,009	985,947	1,371,591	1,088,813
4	2,874,960	2,113,941	1,285,349	945,110	1,589,611	1,168,831
5	3,162,456	2,151,331	1,331,370	905,694	1,831,086	1,245,637
รวม	13,187,016	10,377,069	8,686,303	7,406,695	4,500,713	2,970,374

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปได้ค่าจากการคำนวณดังนี้

NPV = 2,970,374 บาท

IRR = 32 %

PB = 2.53 ปี หรือ ประมาณ 2 ปี 6 เดือน

B/C Ratio = 1.40

### 1) ผลการวิเคราะห์จากเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงิน: กรณีอัตราคิดลดร้อยละ 8

จากตารางที่ 5.48 ผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 2,970,374 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่า การลงทุน โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารมีความเป็นไปได้ทางด้านผลตอบแทน และคุ้มค่ากับการลงทุน

ในส่วนระยะเวลาคืนทุน (PB) 2 ปี 6 เดือนนั้น จะเห็นว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสำหรับโครงการเล็ก หากมีการดำเนินการต่อในระยะยาวก็จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับโครงการมากขึ้น

สำหรับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 32 ถ้าเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวในปัจจุบันที่เพิ่มโอกาสและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่มีอัตราประมาณร้อยละ 8 จะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการอยู่ในระดับที่ดีกว่า และหากนำผลตอบแทนของโครงการ ไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว ซึ่งปัจจุบันผลตอบแทนของดอกเบี้ยเงินฝากอยู่ในระดับที่ต่ำ จึงสรุปว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ จึงเป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ถ้าค่ามากกว่า 1 หรือหมายถึง การดำเนินงานที่ประสบผลกำไร /ขาดทุน เป็นก็เท่าเมื่อเทียบกับต้นทุน จากการคำนวณ B/C Ratio มีค่า เท่ากับ 1.4 เท่า หรือผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูงกว่าต้นทุนในการลงทุน 0.4 เท่านั้นเอง ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จจากการลงทุน

ดังนั้น หากมีการดำเนินการโครงการบริการวิชาการแก่สังคม ด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารภายใต้อัตราส่วนคิดลดที่ร้อยละ 8 โครงการศึกษานี้เป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน ด้วยเหตุผลที่ว่าผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน

ตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยหาค่า NPV IRR B/C Ratio และ PB กรณีอัตราคิดลด ร้อยละ 10

ปีที่	ผลตอบแทน	มูลค่าปัจจุบัน ของ ผลตอบแทน	ต้นทุน	มูลค่าปัจจุบัน ของ ต้นทุน	ผลได้สุทธิ	มูลค่าปัจจุบัน ของ ผลตอบแทนสุทธิ
0	0	0	2,462,400	2,462,400	-2,462,400	-2,462,400
1	2,160,000	1,963,636	1,163,319	1,057,563	996,681	906,074
2	2,376,000	1,963,636	1,201,855	993,269	1,174,145	970,368
3	2,613,600	1,965,113	1,242,009	933,842	1,371,591	1,031,271
4	2,874,960	1,969,151	1,285,349	880,376	1,589,611	1,088,775
5	3,162,456	1,963,636	1,331,370	826,676	1,831,086	1,136,960
รวม	13,187,016	9,825,173	8,686,303	7,154,125	4,500,713	2,671,047

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปได้ค่าจากการคำนวณดังนี้

NPV	= 2,671,047 บาท
IRR	= 29 %
B/C Ratio	= 1.37
PB	= 2.60 ปี หรือ ประมาณ 2 ปี 7 เดือน

## 2) ผลการวิเคราะห์จากเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงิน: กรณีอัตราคิดลดร้อยละ 10

จากตารางที่ 5.49 ผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 2,671,047 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่า การลงทุน โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารมีความเป็นไปได้ทางด้านผลตอบแทน และคุ้มค่ากับการลงทุน หากมีการดำเนินการต่อก็จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับ โครงการมากขึ้น

ในส่วนระยะเวลาคืนทุน (PB) 2 ปี 7 เดือนนั้น จะเห็นว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสำหรับโครงการเล็ก หากมีการดำเนินการต่อในระยะยาวก็จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับโครงการมากขึ้น

สำหรับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 29 ถ้าเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวในปัจจุบันที่เพิ่มโอกาสและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่มีอัตราประมาณร้อยละ 10 เห็นจะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการอยู่ในระดับที่ดีกว่า และหากนำ

ผลตอบแทนของโครงการไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว ซึ่งปัจจุบันผลตอบแทนของดอกเบี้ยเงินฝากอยู่ในระดับที่ต่ำ จึงสรุปว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ จึงเป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ถ้าค่ามากกว่า 1 หรือหมายถึง การดำเนินงานที่ประสบผลกำไร /ขาดทุน เป็นที่เท่าเมื่อเทียบกับต้นทุน จากการคำนวณ B/C Ratio มีค่า เท่ากับ 1.37 เท่า หรือผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูงกว่าต้นทุนของการลงทุน 0.37 เท่า นั่นเอง ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จจากการลงทุน

ดังนั้น หากมีการดำเนินการ โครงการบริการวิชาการแก่สังคม ด้านการฝึกอบรมของ ศูนย์บริการการสื่อสารภายใต้อัตราส่วนคิดลดที่ร้อยละ 10 โครงการศึกษานี้เป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน ด้วยเหตุผลที่ว่าผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน

**ตารางที่ 450** ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยหาค่า NPV IRR B/C Ratio และ PB กรณีอัตราคิดลด ร้อยละ 12

ปีที่	ผลตอบแทน	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน	ต้นทุน	มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน	ผลได้สุทธิ	มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ
0	0	0	2,462,400	2,462,400	-2,462,400	-2,462,400
1	2,160,000	1,928,571	1,163,319	1,038,678	996,681	889,894
2	2,376,000	1,894,133	1,201,855	958,111	1,174,145	936,021
3	2,613,600	1,860,346	1,242,009	884,055	1,371,591	976,290
4	2,874,960	1,831,185	1,285,349	818,694	1,589,611	1,012,491
5	3,162,456	1,796,850	1,331,370	756,460	1,831,086	1,040,390
รวม	13,187,016	9,311,085	8,686,303	6,918,398	4,500,713	2,392,686

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปได้ค่าจากการคำนวณดังนี้

NPV = 2,392,686 บาท

IRR = 27 %

PB = 2.68 ปี หรือ ประมาณ 2 ปี 8 เดือน

B/C Ratio = 1.35



### 3) ผลการวิเคราะห์จากเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงิน: กรณีอัตราคิดลดร้อยละ 12

จากตารางที่ 5.50 ผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (NPV) มีค่าเท่ากับ 2,392,686 บาท ซึ่งมีความมากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่า การลงทุน โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารมีความเป็นไปได้ทางด้านผลตอบแทน และคุ้มค่ากับการลงทุน หากมีการดำเนินการต่อก็จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับโครงการมากขึ้น

ในส่วนระยะเวลาคืนทุน (PB) 2 ปี 8 เดือน นั้น จะเห็นว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสำหรับโครงการเล็ก หากมีการดำเนินการต่อในระยะยาวก็จะสามารถสร้างผลกำไรให้กับโครงการมากขึ้น

สำหรับอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 29 ถ้าเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวในปัจจุบันที่เพิ่มโอกาสและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่มีอัตราประมาณร้อยละ 12 จะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการอยู่ในระดับที่ดีกว่า และหากนำผลตอบแทนของโครงการ ไปเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว ซึ่งปัจจุบันผลตอบแทนของดอกเบี้ยเงินฝากอยู่ในระดับที่ต่ำ จึงสรุปว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำ จึงเป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ถ้าค่ามากกว่า 1 หรือหมายถึง การดำเนินงานที่ประสบผลกำไร /ขาดทุน เป็นก็เท่าเมื่อเทียบกับต้นทุน จากการคำนวณ B/C Ratio มีค่า เท่ากับ 1.35 เท่า หรือผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูงกว่าต้นทุนของการลงทุน 0.35 เท่า นั่นเอง ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จจากการลงทุน

ดังนั้น หากมีการดำเนินการโครงการบริการวิชาการแก่สังคม ด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารภายใต้อัตราส่วนคิดลดที่ร้อยละ 12 โครงการศึกษานี้เป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน ด้วยเหตุผลที่ว่าผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน

สรุปผลการวิเคราะห์ทางการเงินโดยหาค่า NPV, IRR, PB และ B/C Ratio กรณีอัตราคิดลดร้อยละ 8 ร้อยละ 10 และร้อยละ 12 แสดงดังตารางที่ 5.51

ตารางที่ 4.51 แสดงผลสรุปเกณฑ์การตัดสินใจทางการเงินจากค่า NPV IRR B/C Ratio และ PB

เกณฑ์การตัดสินใจ ทางการเงิน	อัตราคิดลด ร้อยละ 8	อัตราคิดลด ร้อยละ 10	อัตราคิดลด ร้อยละ 12
NPV	2,970,374 บาท	2,671,047 บาท	2,392,686 บาท
IRR	32 %	29 %	27 %
PB	2.53 ปี	2.60 ปี	2.68 ปี
B/C Ratio	1.40	1.37	1.35

ที่มา: จากตารางที่ 4.48 - 4.50

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ในตารางจะเห็นได้ว่า โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร โดยการเปรียบเทียบช่วงอัตราคิดลดที่กำหนดคือ ร้อยละ 8 ร้อยละ 10 และร้อยละ 12 สามารถให้ผลการตอบแทนจากการลงทุนมีค่ามากกว่าต้นทุน ทุกอัตราคิดลด ดังจะเห็นได้จากค่า NPV ของโครงการที่มีค่ามากกว่า 0 ทุกอัตราคิดลด อีกทั้ง ค่า IRR ที่มีอัตราร้อยละสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำที่โครงการกำหนดในทุกๆ ช่วงอัตราคิดลดเช่นกัน ในขณะที่ค่า B/C Ratio ก็มีค่ามากกว่า 1 ในทุกช่วงอัตราคิดลด และเมื่อวิเคราะห์ถึง PB ของโครงการที่มีอายุ 5 ปี แสดงค่า PB จากทุกอัตราคิดลดเฉลี่ยอยู่ที่ช่วงเวลา 2 ปี 7 เดือน

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินใน โครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรม ของศูนย์บริการการสื่อสาร ได้ชี้ให้เห็นว่าโครงการลงทุนนี้มีความเป็นไปได้ที่จะลงทุนและมีโอกาสประสบความสำเร็จจากการลงทุน โดยมีผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าต้นทุนหรือเงินลงทุนนั่นเอง

#### 4.4.4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break – Even Analysis)

การศึกษาจุดคุ้มทุนในหลักสูตรฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร ทำโดยการประมาณต้นทุนและผลตอบแทนต่อหน่วย โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กรณีดังนี้

**กรณีที่ 1** หลักสูตรฝึกอบรมที่เชิญวิทยากรภายนอกมาให้การอบรม ได้แก่ หลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์ หลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ และหลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย แสดงดังตารางที่

4.52

**ตารางที่ 4.52** การประมาณการรายรับและค่าใช้จ่ายต่อผู้เข้ารับการศึกษาประกอบใน หลักสูตร ที่เชิญ  
วิทยากรภายนอกมาให้การอบรม

รายการรายได้		
ค่าลงทะเบียนผู้เข้ารับฝึกอบรม	จำนวนรับ 30 คน (ค่าลงทะเบียนคนละ 3,000 คน)	90,000
	<i>รวมรายรับ</i>	<i>90,000</i>
รายการรายจ่าย		
หมวดค่าตอบแทน		
ค่าตอบแทนวิทยากร (ภายใน)	จำนวน 1 คนๆละ 600 บาทต่อชั่วโมง (3 ชั่วโมง)	1,800
ค่าตอบแทนวิทยากร (ภายนอก)	จำนวน 1 คนๆละ 1,200 บาทต่อชั่วโมง (3 ชั่วโมง)	3,600
ค่าตอบแทนผู้ช่วยวิทยากร	จำนวน 2 คนๆละ 240 บาทต่อชั่วโมง (6 ชั่วโมง)	2,880
หมวดค่าใช้จ่าย		
ค่าเดินทางไป - กลับ	เที่ยวละ 1,500 บาท (ไป – กลับ)	3,000
ค่าแท็กซี่	เหมาจ่าย 500 บาทต่อครั้ง	500
ค่าห้องพักวิทยากร	จำนวน 1 ห้องๆ ละ 1,000 บาท	1,000
ค่าอาหารว่างและอาหารกลางวัน	เหมาจ่ายตลอดวัน 250 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	7,500
ค่าวัสดุสำนักงาน	เหมารวมทุกรายการ 100 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	3,000
ค่าจัดทำเอกสารประกอบการประชุม	เหมารวมทุกรายการ 100 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	3,000
อื่น	เงินสำรองเผื่อจ่าย ร้อย 20 ของเงินรายได้	18,000
	<i>รวมรายจ่าย</i>	<i>44,280</i>
<b>กำไรสุทธิ (รายรับ-ต้นทุน)</b>		<b>45,720</b>

ที่มา: จากการประมาณการ

จากตารางที่ 4.22 แสดงการประมาณรายรับของหลักสูตรต่อผู้มารับการศึกษาประกอบ จากการประเมินงบประมาณหลักสูตรฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร พบว่า รายรับจากค่าลงทะเบียนรับฝึกอบรมตามแผนการฝึกอบรม เท่ากับ 90,000 บาท และค่าใช้จ่ายต่อตลอดหลักสูตรฝึกอบรม เท่ากับ 44,280 บาท

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ได้จากการคำนวณต้นทุนทั้งหมดต่อผู้เข้ารับฝึกอบรมต่อส่วนเกินรายรับหรือรายรับสุทธิหักด้วยรายจ่ายสุทธิ ซึ่งจะเป็นรายรับที่โครงการสามารถนำไปบริหารจัดการในส่วนอื่นของศูนย์บริการการสื่อสาร โดยมีรายรับสุทธิต่อผู้มารับฝึกอบรมเท่ากับ 3,000 บาท และมีรายจ่ายสุทธิต่อผู้มารับฝึกอบรม เท่ากับ 44,280 บาท รายละเอียดการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จำนวนผู้มารับบริการฝึกอบรมขั้นต่ำ (คน)} &= 44,280 / 3,000 \\ &= 15 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น การเปิดรับฝึกอบรมในหลักสูตรการผลิตรายการโทรทัศน์ หลักสูตรการเขียนหนังสือพิมพ์และนิตยสาร หลักสูตรประชาสัมพันธ์และการโฆษณา หลักสูตรเทคโนโลยีการถ่ายภาพ และหลักสูตรการผลิตสื่อมัลติมีเดีย ศูนย์บริการการสื่อสาร ควรรับผู้ฝึกอบรมขั้นต่ำจำนวน 15 คน จึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุน

**กรณีที่ 2** หลักสูตรฝึกอบรมที่ไม่ได้เชิญวิทยากรภายนอกมาให้การอบรม ได้แก่ หลักสูตรสื่อสารการเสด็จ หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม และหลักสูตรการผลิตวิทยุกระจายเสียง แสดงดังตารางที่ 4.53

**ตารางที่ 4.53** การประมาณการรายรับและค่าใช้จ่ายต่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่ไม่ได้เชิญวิทยากรภายนอกมาให้การอบรม

รายการรายได้		
ค่าลงทะเบียนผู้เข้ารับการฝึกอบรม	จำนวนรับ 30 คน (ค่าลงทะเบียนคนละ 3,000 คน)	90,000
<i>รวมรายรับ</i>		<i>90,000</i>
รายการรายจ่าย		
<b>หมวดค่าตอบแทน</b>		
ค่าตอบแทนวิทยากร (ภายใน)	จำนวน 1 คนๆละ 600 บาทต่อชั่วโมง (3 ชั่วโมง)	1,800
ค่าตอบแทนผู้ช่วยวิทยากร	จำนวน 2 คนๆละ 240 บาทต่อชั่วโมง (6 ชั่วโมง)	2,880
<b>หมวดค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าอาหารว่างและอาหารกลางวัน	เหมาจ่ายตลอดวัน 250 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	7,500
ค่าวัสดุสำนักงาน	เหมารวมทุกรายการ 100 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	3,000
ค่าจัดทำเอกสารประกอบการประชุม	เหมารวมทุกรายการ 100 บาท/คน (จำนวน 30 คน)	3,000
อื่น	เงินสำรองเพื่อจ่าย ร้อย 20 ของเงินรายได้	18,000
<i>รวมรายจ่าย</i>		<i>37,980</i>
<b>กำไรสุทธิ (รายรับ-ต้นทุน)</b>		<b>52,020</b>

ที่มา: จากการประมาณการ

จากตารางที่ 4.53 แสดงการประมาณรายรับของหลักสูตรต่อผู้มารับการฝึกอบรม จากการประเมินงบประมาณหลักสูตรฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร คณะการสื่อสารมวลชน พบว่ารายรับจากค่าลงทะเบียนรับฝึกอบรมตามแผนการฝึกอบรมเท่ากับ 90,000 บาท และค่าใช้จ่ายต่อตลอดหลักสูตรฝึกอบรม เท่ากับ 37,980 บาท

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ได้จากการคำนวณต้นทุนทั้งหมดต่อผู้เข้ารับฝึกอบรมต่อส่วนเกินรายรับหรือรายรับสุทธิหักด้วยรายจ่ายสุทธิ ซึ่งจะเป็นรายรับที่โครงการสามารถนำไปบริหารจัดการในส่วนอื่นของศูนย์บริการการสื่อสาร โดยมีรายรับสุทธิต่อผู้มารับฝึกอบรมเท่ากับ 3,000 บาท และมีรายจ่ายสุทธิต่อผู้มารับฝึกอบรม เท่ากับ 37,980 บาท รายละเอียดการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จำนวนผู้มารับบริการฝึกอบรมขั้นต่ำ (คน)} &= 37,980 / 3,000 \\ &= 15 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น การเปิดรับฝึกอบรมในหลักสูตรสื่อสารการแสดง หลักสูตรการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร/ชุมชน/สังคม และหลักสูตรการผลิตวิทยุกระจายเสียง ศูนย์บริการการสื่อสาร ควรรับผู้ฝึกอบรมขั้นต่ำจำนวน 15 คน จึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุน

#### 4.4.5 การวิเคราะห์ความไวตัวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

จากการวิเคราะห์วิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาต้นทุนและผลตอบแทน โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) เมื่อกำหนดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10, ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ตั้งแต่ปีที่ 2 ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อกำหนดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8

เกณฑ์การตัดสินใจ ทางการเงิน	ต้นทุน / ค่าใช้จ่าย เพิ่มขึ้น		
	ร้อยละ 10	ร้อยละ 15	ร้อยละ 20
NPV	2,583,659 บาท	2,390,302 บาท	2,196,944 บาท
IRR	28 %	27 %	25 %
PB	2.70	2.81	2.92
B/C Ratio	1.33	1.30	1.27

ที่มา: จากการคำนวณ (ตารางภาคผนวก 2 ข - 4 ข)

จากตารางที่ 4. 54 จากผลวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง กรณีที่ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารเพิ่มขึ้น พบว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ และผลตอบแทนคงที่ และให้ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และ ร้อยละ 20 ณ ระดับอัตราส่วนลดร้อยละ 8 สรุปได้ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ 2,583,659 บาท 2,390,302 บาท และ 2,196,944 บาท ตามลำดับ พบว่า โครงการสามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ซึ่งโครงการมีความเหมาะสมกับการลงทุนและมีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิน่ามากกว่า 0

อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับร้อยละ 28 ร้อยละ 27 และร้อยละ 25 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเทียบค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน โดยเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวในปัจจุบัน และโอกาสความเสียหายทางเศรษฐกิจที่อัตราร้อยละ 8 พบว่า การลงทุนในโครงการมีค่ามากกว่าค่าเสีย



โอกาสของเงินทุนที่ใช้ในการปรับผลตอบแทนและต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.33, 1.30 และ 1.27 ตามลำดับ ซึ่งโครงการมีความเหมาะสมกับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ เมื่อผลตอบแทนที่เกิดจากการลงทุนมากกว่าต้นทุนที่เสียไป คือ มากกว่า 1 ดังนั้น จากมูลค่าดังกล่าวพบว่าโครงการสามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20

ระยะเวลาคืนทุนเพิ่มขึ้นจาก 2 ปี 8 เดือน เป็น 2 ปี 10 เดือน และ 2 ปี 11 เดือน ซึ่งถือว่าไม่มากและยังอยู่ในเกณฑ์ที่โครงการสามารถรับได้ แต่ทั้งนี้ ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนจะมีแนวโน้มที่นานขึ้นหรือกล่าวได้ว่าระยะเวลาคืนทุนมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการ

จึงสรุปได้ว่าโครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสารสามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 เมื่อพิจารณารายเกณฑ์จะพบว่าความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ของเกณฑ์การตัดสินใจ NPV IRR และ B/C Ratio มีค่าแนวโน้มลดลงพ้องกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น แต่ค่า PB จะมีค่าที่เพิ่มขึ้นแปรผันตามต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

(2) เมื่อกำหนดผลตอบแทนหรือรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ตั้งแต่ปีที่ 2 ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8 แสดงผลการเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เมื่อกำหนดให้ผลตอบแทนหรือรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ณ อัตราคิดลดร้อยละ 8

เกณฑ์การตัดสินใจ	ผลตอบแทน / รายได้ลดลง		
	ร้อยละ 10	ร้อยละ 15	ร้อยละ 20
ทางการเงิน			
NPV	2,132,667 บาท	1,713,814 บาท	1,294,960 บาท
IRR	24 %	20 %	16 %
PB	2.92	3.20	3.57
B/C Ratio	1.29	1.23	1.17

ที่มา: จากการคำนวณ (ตารางภาคผนวก 5 ข - 7 ข)

จากตารางที่ 4.55 จากผลวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง กรณีที่ผลตอบแทนหรือรายได้ของ โครงการ บริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรม ของศูนย์บริการการสื่อสาร ลดลง พบว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ และต้นทุนคงที่ และผลตอบแทนหรือรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ณ ระดับอัตราส่วนลดร้อยละ 8 สรุปได้ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ เท่ากับ 2,132,667 บาท 1,713,814 บาท และ 1,294,960 บาท ตามลำดับ พบว่า โครงการสามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อผลตอบแทนหรือรายได้ลดลง ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 ซึ่งโครงการมีความเหมาะสมกับการลงทุนและมีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์กล่าวคือ โครงการมีมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิตั้งแต่อัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับร้อยละ 24 ร้อยละ 20 และร้อยละ 16 ตามลำดับ

เมื่อเทียบค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน โดยเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวในปัจจุบัน และโอกาสความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่อัตราร้อยละ 8 พบว่า การลงทุนในโครงการมีค่ามากกว่า ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนที่ใช้ในการปรับผลตอบแทนและต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อผลตอบแทนหรือรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน เท่ากับ 1.29, 1.23 และ 1.17 ตามลำดับ ซึ่งโครงการมีความเหมาะสมกับการลงทุน และมีความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ เมื่อผลตอบแทนที่เกิดจากการลงทุนมากกว่าต้นทุนที่เสียไป คือ มากกว่า 1 ดังนั้น จากมูลค่าดังกล่าวโครงการสามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อผลตอบแทนหรือรายได้ลดลง ร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20

ระยะเวลาคืนทุนเพิ่มขึ้นจาก 2 ปี 11 เดือน เป็น 3 ปี 2 เดือน และ 3 ปี 7 เดือน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่โครงการสามารถรับได้ แต่ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนจะมีแนวโน้มที่นานขึ้นหรือกล่าวได้ว่าระยะเวลาคืนทุนมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงผลตอบแทนหรือรายได้ของโครงการ

จึงสรุปได้ว่าโครงการบริการวิชาการแก่สังคมด้านการฝึกอบรมของศูนย์บริการการสื่อสาร สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อผลตอบแทนหรือรายได้ลดลงร้อยละ 10 ร้อยละ 15 และร้อยละ 20 เมื่อพิจารณาจากเกณฑ์จะพบว่าความไวต่อการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์การตัดสินใจ NPV IRR และ B/C Ratio มีค่าแนวโน้มลดลงตามผลตอบแทนหรือรายได้ลดลง แต่ค่า PB จะมีค่าเพิ่มขึ้นแปรผกผันกับผลตอบแทนหรือรายได้ที่ลดลง