

## คำนำ

เอกสารแนวการสอนวิชาการออกแบบแผนงานและโครงการ (Program and Project Design) ตามรูปแบบ มคอ.3 จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณลักษณะบัณฑิตของหลักสูตร เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ ตาม “กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (National Qualification Framework for Higher Education in Thailand :NQF)” ซึ่งเป็นภาระหน้าที่สำคัญที่สถานศึกษาต้องดำเนินการ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่กำหนดไว้ชัดเจนในมาตรา 48 ว่าให้สถานศึกษามีการจัดทำรายงานประจำปี เสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา และเพื่อรองรับการประเมินภายนอก

นอกจากนี้ แนวการสอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษานี้ ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้อาจารย์ปรับเปลี่ยนวิธีการสอนให้เหมาะสมกับกลุ่มมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ เพื่อให้นักศึกษาเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้แบบท่องจำไปสู่การพัฒนาทักษะ เชาวินปัญญา ทักษะการคิดวิเคราะห์ และการแก้ปัญหาแบบสร้างสรรค์ รวมทั้งการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดผลลัพธ์สำคัญต่อบัณฑิตของหลักสูตรทางด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ ด้านต่างๆ ในการทำงานและการประกอบอาชีพ รวมทั้งคุณลักษณะอื่นๆ ในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ได้อย่างมีความสุข

ผู้สอนรายวิชาการออกแบบแผนงานและโครงการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า แนวการสอนฉบับนี้จะช่วยให้หลักสูตร เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ สามารถพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตให้บรรลุตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้สอนรายวิชาการออกแบบงานและโครงการ

$$\text{สูตร จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

$$Q(\text{BEP}) = \frac{FC}{P - VC}$$

ตัวอย่าง รองเท้าคู่ละ 140 บาท ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 120 บาท ต้นทุนคงที่ 120,000 บาท

$$\text{BEP} = \frac{120,000}{140 - 120} = \frac{120,000}{20} = 6,000 \text{ คู่}$$

ถ้าเพิ่มราคารองเท้าเป็นคู่ละ 240 บาท จุดคุ้มทุนจะเท่ากับ

$$\text{BEP} = \frac{120,000}{240 - 120} = \frac{120,000}{120} = 1,000 \text{ คู่}$$

3. การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย (Target-return pricing) เป็นการกำหนดราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนตามความต้องการ โดยการประมาณจากต้นทุนและกำไรจากปริมาณยอดขาย

$$\text{ราคา} = \text{ราคาต่อหน่วย} + \frac{\text{ผลตอบแทนที่ต้องการ} \times \text{เงินที่ลงทุน}}{\text{ยอดขายต่อหน่วยที่คาด}}$$

ตัวอย่าง บริษัทผลิตรองเท้าขายในราคาคู่ละ 140 บาท เงินลงทุนของบริษัทเท่ากับ 6,800,000 บาท บริษัทต้องการผลตอบแทน 20% โดยคาดการณ์ยอดขาย 10,000 คู่ ดังนั้น

$$\text{ราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย} = 140 + \frac{(0.2 \times 6,800,000)}{10,000} = 140 + 136 = 276$$

4. การกำหนดราคาตามรายได้ (income-based pricing) เป็นการกำหนดราคาตามรายได้ที่บริษัทต้องการขายมีรายได้สุทธิต่อปี(ที่หักค่าใช้จ่ายประจำและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ออกแล้ว)

$$\text{ราคา} = \frac{\text{รายได้สุทธิต่อปี}}{\text{ผลตอบแทนจากการลงทุน}}$$

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	

1. การกำหนดแบบบวกเพิ่ม (markup price) เป็นการกำหนดราคาที่ยั่งยืนที่สุดโดยการบวกเพิ่มกำไรจากต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์

$$\text{ราคาบวกเพิ่ม} = \text{ราคาต้นทุนต่อหน่วย} + \text{ราคาที่เพิ่มขึ้น}$$

$$\text{หรือ ราคาบวกเพิ่ม} = \frac{\text{ราคาต้นทุนต่อหน่วย}}{1 - \text{ร้อยละผลตอบแทนจากยอดขาย (ส่วนเพิ่มที่ต้องการ)}}$$

$$\text{โดยที่ ต้นทุนต่อหน่วย} = \frac{\text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่}}{\text{จำนวนหน่วยที่ขาย}}$$

**ตัวอย่าง** บริษัทผลิตรองเท้าแห่งหนึ่งมีต้นทุนผันแปรหน่วยละ 120 บาท ต้นทุนคงที่ 120,000 บาท ประเมินการขายที่คาดการณ์ 6,000 คู่ ดังนั้น

$$\text{ต้นทุนรองเท้าคู่ละ} = 120 + \frac{120,000}{6,000} = 120 + 20 = 140 \text{ บาท}$$

ถ้า ผู้ผลิตต้องการกำไรส่วนเพิ่มจากการขายร้อยละ 30 ดังนั้น ราคาบวกเพิ่ม (markup price) เท่ากับเท่าไร

$$\text{ราคาบวกเพิ่ม (markup price)} = \frac{140}{1 - 0.3} = 200 \text{ บาท}$$

ดังนั้นบริษัทผลิตรองเท้าจะจำหน่ายรองเท้าราคาคู่ละ 200 บาทและจะมีกำไรคู่ละ 60 บาท ถ้าตัวแทนรับรองเท้ามาขายคู่ละ 200 บาท ต้องการกำไรร้อยละ 50 จากราคาขาย ราคาบวกเพิ่มจะมาราคาคู่ละ 400 บาท คือ 200 บาท + ร้อยละ 50 ของ 400 บาท เท่ากับเป็นการบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนร้อยละ 100 (200 บาท + 200 บาท)

2. การกำหนดราคาจากจุดคุ้มทุน (Break-even Point หรือ BEP) เป็นวิธีกำหนดราคาที่ใช้ต้นทุนเป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคาโดยใช้จุดคุ้มทุน หรือเรียกว่า การกำหนดราคาโดยตั้งกำไรเป้าหมาย (target profit pricing) เป็นการวิเคราะห์ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อการขาย ณ ระดับราคาหนึ่งเพื่อให้มีรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

3592501 การออกแบบแผนงานและโครงการ (Program and Project Design)

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (2-2-5)

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่ เป็นวิชาเฉพาะด้านบังคับ

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อ.เทวธิดา ชันคามโกชก

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 2

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 31 สิงหาคม 2552

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

#### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในการออกแบบแผนงานและโครงการ เป็นนักวิเคราะห์และประเมินแผนงานโครงการที่มีคุณภาพ และจริยธรรมที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

**ขั้นที่ 2** การกำหนดอุปสงค์ (Determining demands) การกำหนดระดับราคาที่แตกต่างกัน ระดับอุปสงค์ย่อมมีความแตกต่างกัน เพราะราคากับอุปสงค์จะมีความสัมพันธ์เป็นปฏิภาคกลับกัน คือ ถ้าราคาสูงอุปสงค์ความต้องการจะต่ำ ซึ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างราคากับอุปสงค์ ของความต้องการในระดับต่าง ๆ คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand)

$$\text{ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand)} = \frac{\text{การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้า (\%)}}{\text{การเปลี่ยนแปลงของราคา (\%)}}$$

หมายความว่า ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงราคาเพียงเล็กน้อยจะทำให้อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ถ้าการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเรียกว่า อุปสงค์ไม่ยืดหยุ่น (inelastic) ถ้าเปลี่ยนแปลงมากเรียกว่า อุปสงค์ยืดหยุ่น (elastic) และถ้าการเปลี่ยนแปลงเท่ากับ 1 เรียกว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1 (unitary) ซึ่งความยืดหยุ่นของอุปสงค์ถ้ามีน้อยหมายความว่า สินค้านั้นมีคู่แข่งหรือสินค้าทดแทนหรือไม่มีเลย ผู้ซื้อไม่ให้ความสำคัญกับราคา ราคาสูงมีความเหมาะสมและมีการเปลี่ยนแปลงการซื้อที่ยาก

**ขั้นที่ 3** การประมาณต้นทุน (Estimating costs) ต้นทุนเป็นพื้นฐานในการกำหนดราคา บริษัทต้องกำหนดราคาให้ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด คือ ต้นทุนในการผลิต การจำหน่าย การขาย ต้นทุนในการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งต้นทุนที่เกิดจากโอกาสที่สูญเสีย ซึ่งต้นทุนค่าเสียโอกาส คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันของทรัพย์สิน เป็นค่าเสื่อมราคาทางบัญชี และความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

**ขั้นที่ 4** การวิเคราะห์ต้นทุน ราคาและข้อเสนอของคู่แข่ง (Analyzing competitors cost, price and offers) บริษัทจะต้องทำการพิจารณาถึงต้นทุน ราคา ข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของคู่แข่ง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดราคาของบริษัท กรณีถ้าผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายคลึงกันการกำหนดราคาจะใกล้เคียงกับราคาของคู่แข่ง แต่ถ้าผลิตภัณฑ์มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่งและมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคบริษัทสามารถกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้

**ขั้นที่ 5** การเลือกวิธีการกำหนดราคา (Selecting a price method) บริษัทอาจกำหนดราคาได้หลายวิธี ซึ่งพื้นฐานของการกำหนดราคา คือ ต้นทุน ราคาคู่แข่ง และราคาสินค้าทดแทนเป็นตัวกำหนดทิศทางของราคา ได้แก่

## 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในการออกแบบแผนงานและโครงการ เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนรู้ใน วิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอ้างอิง ให้สอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนา ความรู้และเครื่องมือใหม่ๆ ในการวิเคราะห์และประเมินแผนงาน/โครงการที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาสภาพปัญหาที่จำเป็นต้องมีการวางแผน แนวคิด กระบวนการ วิธีการวางแผนและ วิเคราะห์โครงการลงทุน โดยครอบคลุมการวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม การแปลงแผนขององค์กรเป็นแผนธุรกิจ และแผนโครงการ การ แปลงแผนกลยุทธ์ของโครงการเป็นแผนปฏิบัติโครงการ และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ตลอดจนการจัดเตรียมรายงานการวิเคราะห์โครงการ

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การ ฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 (2 ชั่วโมง x 15 สัปดาห์)	-	30 (2 ชั่วโมง x 15 สัปดาห์)	75 (5 ชั่วโมง x 15 สัปดาห์)

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมง โดยระบุวัน เวลา ไว้ในแนวการสอน และแจ้งให้นักศึกษาทราบในชั่วโมงแรกของการสอน