

ปัจจุบันการจัดระบบการศึกษา ตลอดจนการกำหนดสาขา แขนงวิชาในระดับอุดมศึกษาเพื่อรองรับความต้องการในสายอาชีพต่าง ๆ มีหลากหลาย ทั้งด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาในเบื้องต้นในระดับมัธยมปลายและจากสายวิชาชีพต่างๆ จะสามารถเลือกสอบเข้าศึกษาต่อตามความต้องการได้

จากอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้วิทยาลัย มหาวิทยาลัย หรือสถาบันอุดมศึกษาทั้งหลาย เป็นสถาบันการศึกษาที่เป็นที่คาดหวังที่จะเป็นแหล่งความรู้ ที่ทำให้ผู้เข้าศึกษาสามารถปรับเปลี่ยนตนเองให้ทันต่อเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป และด้วยการมองถึงความสำคัญของการศึกษาในระดับนี้ว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างคนให้เป็นคนที่มีคุณภาพทันต่อเหตุการณ์ จึงทำให้สถาบันระดับอุดมศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย หรือวิทยาลัยต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน กลายเป็นแหล่งเป้าหมายสูงสุดของนักเรียนที่จบจากการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือสายอาชีพ และเป็นที่มาของปัญหาสำคัญที่รัฐจะต้องสนองตอบให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งกระจายโอกาส

ให้เป็นไปอย่างทั่วถึง สถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในรูปมหาวิทยาลัยปิดในภาครัฐซึ่งนักเรียนมีความปรารถนาที่จะเข้าศึกษาต่อมากเกินกว่าที่สถาบันจะรองรับได้จึงต้องมีการคัดเลือกโดยการสอบแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อโดยจะใช้วิธีการคัดเลือกเป็น 2 ประเภท คือ การสอบคัดเลือกรวมดำเนินการโดยสภาการศึกษาแห่งชาติ และสอบคัดเลือกด้วยวิธีการจัดสรรโควตา ซึ่งไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตามภาวะการแข่งขันจะสูงจนไม่สามารถรองรับนักเรียนจำนวนมากมายที่มีความปรารถนาจะเข้าศึกษาได้หมด

ปัจจุบันมีวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในระดับอุดมศึกษาที่ดำเนินการโดยเอกชนทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมากมาย การดำเนินการให้บริการด้านการศึกษาจึงปรากฏให้เห็นในเชิงธุรกิจที่มีการแข่งขันช่วงชิงนักศึกษาที่เปรียบเสมือนลูกค้าทางวิชาการที่เป็นไปหลากหลายลักษณะ ทั้งในรูปของการให้บริการที่เป็นการอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน ตลอดจนเปิดสอนในสาขาวิชา ที่ทันสมัยต่อความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในทุกรูปแบบเข้าสอดแทรกในเนื้อหากระบวนวิชาในสาขาวิชาที่เปิดสอนรวมทั้งการใ้มนั้่นาวคิงดูใจให้

เกี่ยวกับผู้เขียน

อดีต รองศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มข., ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยโยนก

ปัจจุบัน ข้าราชการบำนาญ (เกษียณอายุราชการก่อนกำหนด), อาจารย์พิเศษประจำบัณฑิตวิทยาลัย คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้เชี่ยวชาญด้านการลงทุน สาขาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาคุณสมบัติและผลงานทางวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาคุณสมบัติและผลงานทางวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ, ที่ปรึกษาสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยพายัพ, ที่ปรึกษาสถาบันวิจัย วิทยาลัยโยนก, นักวิจัยแห่งชาติ, อาจารย์ประจำวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

รวมทั้งการ โน้มน้าวดึงดูดใจให้สมัครเข้าเรียนในรูปของการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่เรียนดี รวมทั้งการสร้างค่านิยมความน่าเชื่อถือต่อสถาบัน ในรูปแบบของการให้สิทธิบัตรเกียรติบัตรที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับและความมีมาตรฐานโดยสังคมรวมทั้งโดยหน่วยธุรกิจและภาครัฐในลักษณะต่าง ๆ

จากความหลากหลายของสถาบันอุดมศึกษาที่สร้างขึ้นโดยภาคเอกชนในปัจจุบัน ทำให้มองถึงควมมีศักยภาพที่จะยื่นหยัดให้บริการด้านวิชาการแก่ผู้เข้าศึกษา ภายใต้ระดับของการแข่งขันที่นับวันจะมีมากขึ้นว่าจะมีความมีคุณภาพและประสิทธิภาพทางวิชาการภายใต้การค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่ค่อนข้างจะสูง เพื่อระดมความพร้อมความทันสมัยทั้งอุปกรณ์การเรียนการสอนการสร้างบุคลากรที่มี คุณภาพมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ ที่เปิดรับ และที่สำคัญการเลือกสถานที่ตั้งที่มีความพร้อมต่อการอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางมาเรียน และพร้อมต่อการขยายตัวและสร้างเครือข่ายกับสถาบันที่เกี่ยวข้องในระยะยาวได้ในเวลาเดียวกันได้มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งเมื่อพิจารณาปัญหาเหล่านี้ไปพร้อมกันภายใต้ภาวะแวดล้อมปัจจุบันที่ชุมชนในแต่ละแห่งเริ่มมีความแออัดจากขยายตัวของประชากร และอุปสงค์ (demand) ต่อที่อยู่อาศัยที่มีมากขึ้น ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่จะใช้เป็นที่ก่อตั้งสถาบันศึกษาที่จะต้องประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการศึกษารอบบริเวณโดยมีพื้นที่ที่กว้างขวางเพื่อรองรับได้นั้นค่อนข้างจะหายาก หากจะเตรียมพื้นที่ให้เกิดสภาพคล่องต่อการขยายตัวในอนาคตได้ดี ก็จะต้องขยับขยายออกไปนอกเขตชุมชนที่ยังมีอุปทาน (Supply) ของพื้นที่ที่กว้างขวางรองรับได้อยู่ แต่ปัญหาที่ตามมาคือจะดึงดูดผู้ที่จะสมัครเข้าศึกษาในสถาบันดังกล่าวได้มากเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากสถาบันนั้นยังใหม่ต่อความมีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับได้ ซึ่งหากเป็นสถาบันศึกษาของรัฐที่ปัจจุบันจะพบว่ามีหลายแห่งที่อยู่ใจกลางเขตชุมชนในเมือง แต่เพราะความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในควมมีศักยภาพที่ดีกว่า

ดังนั้นแม้จะมีการขยายวิทยาเขตออกไปตั้งในพื้นที่ห่างไกลจากชุมชน แต่ก็ไม่ประสบปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ มากมายนัก นอกจากปัจจัยทางด้านที่ตั้งความสะดวกในการเดินทางมาศึกษาโดยผู้เข้าศึกษาความพร้อมและประสิทธิภาพของบุคลากรแล้วสิ่งที่เอกชนผู้ลงทุนในด้านนี้ควรคำนึงถึงให้มากควรเกี่ยวข้องกับเรื่องต่อไปนี้ด้วยคือ

1. การพิจารณาความพร้อมในด้านงบประมาณและการลงทุน

การพิจารณาในด้านนี้จะหมายถึงการนำ สิ้นทรัพย์ ใช้จ่ายทุน และปัจจัยอำนวยความสะดวก (Facilities) มาใช้ประโยชน์ได้มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งในกรณีดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดในการวิเคราะห์ในแง่เศรษฐศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย และแนวคิดและการวิเคราะห์ที่จะสามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดเพื่อการตัดสินใจได้ในระดับหนึ่งก็คือ การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) และการหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ตลอดจนการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนค่าใช้จ่าย (Cost and benefits)

2. การพิจารณาในแง่ความเป็นได้ของโครงการที่จะลงทุน (Feasibility Study)

การวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจลงทุนดำเนินการนอกเหนือจากการหาจุดคุ้มทุนระยะเวลาคืนทุนและอื่นๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจแล้ว การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ผู้ลงทุนสามารถนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ประโยชน์ในการกำหนดทิศทางและการดำเนินงานของโครงการได้ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการประกอบด้วยมิติสำคัญ 6 มิติด้วยกันคือ

2.1 มิติทางเศรษฐกิจ (Economic Aspects)

การวิเคราะห์ในมิติดังนี้เนื่องจากเห็นความสำคัญของการลงทุนโดยหน่วยธุรกิจว่าจะมีส่วนกำหนดการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ ตลอดจนมีผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดของสังคมโดยรวม ดังนั้นการ

วิเคราะห์ในด้านนี้จะเป็นเครื่องชี้ให้นักลงทุนได้ตัดสินใจว่าธุรกิจที่ต้องการจัดทำโครงการขึ้นมานั้นมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าหรือไม่ และเมื่อลงทุนไปแล้วมีส่วนสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติโดยรวมอย่างไร

การวิเคราะห์ในมิตินี้เป็นวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจที่จะตามมา เพราะผลจากการดำเนินการของโครงการที่ได้จัดตั้งขึ้น เช่น ประชากรโดยรอบโครงการมีมากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่ มีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคโดยรวมเพิ่มขึ้นหรือไม่ และก่อให้เกิดมีการลงทุนในด้านอื่นๆ โดยโครงการของผู้ลงทุนอื่นๆ (เช่น มีหอพัก บ้านเช่า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนการสอน ฯลฯ) ในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มขึ้นติดตามมาหรือไม่เป็นต้น

2.2 มิติทางเทคนิค (Technical Aspects)

การวิเคราะห์ในมิตินี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชนิดและปริมาณของปัจจัยการผลิตประเภทต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในโครงการ (project's inputs) และผลผลิตที่จะเกิดขึ้นกับโครงการ (project's outputs) ทั้งที่อยู่ในรูปของสินค้าและบริการที่แท้จริง (real goods and services) ที่เกิดขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดของการวิเคราะห์ในมิตินี้ก็คือ การวางกรอบงานของโครงการซึ่งต้องกำหนดให้ชัดเจน เช่น การเลือกสถานที่ตั้งโครงการ อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือในการทำงาน บุคลากร กำลังคน (manpowers) ตลอดจนการจัดการในองค์กรที่จะมีผลต่อความล้มเหลวหรือความสำเร็จของโครงการ ความพร้อมของทรัพยากรที่จะใช้งานและจัดการ รวมถึงขนาดขององค์กร ที่ควรจะเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่ดำเนินงาน

2.3 มิติทางด้านการจัดองค์กรและการจัดการ (Institutional Organization Managerial Aspects)

การวิเคราะห์มิติทางด้านนี้ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดลำดับขั้นการบังคับบัญชาหรือขั้นตอนการสั่งการที่ชัดเจน การให้อำนาจและความรับผิดชอบแก่บุคลากร ซึ่งจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ที่เหมาะสมโดยคำนึง

ถึงทักษะในการทำงานว่ามีข้อจำกัดประการใดและควรดำเนินการแก้ไขปรับปรุงอย่างไร เพื่อให้เกิดสภาพคล่องและความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานร่วมกัน

ตัวอย่างเช่น การวางแผนกำหนดนโยบายทางการบริหารและการจัดการในองค์กรที่ดำเนินการว่ามีความเหมาะสมกับธุรกิจและขนาดและมีการจัดการที่เหมาะสมมากน้อยเพียงใดโดย มีการกำหนดเป็นกลยุทธ์ (strategies) เพื่อการปฏิบัติงาน ซึ่งปกติจะทำในรูปแผนผัง (flowchart)

4. มิติทางด้านการตลาด (Marketing and Commercial Aspects)

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการในเรื่องต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาดและผลผลิตที่ได้จากโครงการ ตลอดจนการจัดการทางด้านปัจจัยการผลิตที่ต้องการใช้ในการดำเนินโครงการ การวิเคราะห์ในด้านการตลาด ควรจะวิเคราะห์เกี่ยวกับความพอเพียงของอุปสงค์ตลาด (market demand) เพื่อให้ผลผลิตของโครงการที่ผลิตขึ้นมานั้นสามารถขายได้หมด ในระดับราคาที่สามารถทำกำไรให้แก่โครงการได้อย่างแน่นอน ปริมาณของผลิตที่เสนอขายในแต่ละช่วงเวลาและส่วนแบ่งของตลาด (Market Segmentation) ควรจะมีปริมาณเท่าใด วิธีการนำผลผลิตเสนอขายในตลาดหรือเข้าสู่ตลาดควรจะมีรูปแบบหรือวิธีการที่ชัดเจนและสามารถใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภค ให้เกิดอุปสงค์ต่อผลผลิตได้ตามเป้าหมาย เช่น ตัวอย่างการสร้างค่านิยม และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในกรณีสถาบันศึกษาก็คือความต้องการมาสมัครเรียน โดยนักเรียนและผู้ปกครองให้การสนับสนุนการแข่งขันกับสถาบันอื่นในการรับนักศึกษาเข้าเรียน ราคาค่าลงทะเบียน อาคารสถานที่เรียน คุณภาพทางการศึกษา วิธีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาโดยใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ ที่เห็นว่าเหมาะสม

5. มิติทางด้านสังคมและชุมชน (Social Aspects)

หมายถึงการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะมีต่อสังคมที่อยู่ล้อมรอบและภาวะแวดล้อมของโครงการ เช่น วิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมหรือมลภาวะ (Pollution) ที่จะเกิดจากการดำเนินงานของโครงการ ผลของการกระจายรายได้โดยโครงการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีความเป็นอยู่ ตลอดจนสภาพสังคมโดยรวมตามมาอย่างไรหรือไม่ การจ้างงานในท้องถิ่นมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปประการใด โดยการคำนึงถึงผลกระทบในเรื่องเหล่านี้ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงผลกระทบย้อนกลับในทางลบหรือเป็นผลเสียที่มากกว่าผลดีต่อสังคม และจากผลการวิเคราะห์หากเป็นผลเสียก็ควรจะหาทางป้องกันและแก้ไขเพื่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมโดยรอบน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

ซึ่งในกรณีของสถาบันศึกษาการวิเคราะห์ในแง่ก็คือ ดูว่าการจัดตั้งสถาบันในพื้นที่ปัจจุบันส่งผลดีผลเสียต่อสังคมที่อยู่โดยรอบติดตามมาอย่างไรหรือไม่ ผู้ได้ประโยชน์จากโครงการคือใคร การดำเนินงานของโครงการเกิดต้นทุนทางสังคม (Social Cost) มากน้อยเพียงใด ฯลฯ

6. มิติทางการเงิน (Financial Aspects)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อจะดูว่าโครงการที่จะทำนั้นดีหรือไม่ โครงการที่ดีคือสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติงานแล้วก็ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือบรรลุดูคุ้มหมายถึงที่กำหนดเอาไว้

การตัดสินใจยอมรับจัดตั้งโครงการและมีโครงการลงทุนติดตามมา จะก่อให้เกิดกระแสเงินสดกับหน่วยธุรกิจ คือจะมีทั้งกระแสเงินสดที่จ่ายออกและกระแสเงินสดรับเข้าเป็นเวลาหลายๆ ปีติดตามมา โดยการก่อให้เกิดกระแสเงินสดจ่ายออกเป็นการลงทุนเริ่มแรกหรือปีแรก ติดตามด้วยกระแสเงินสดรับเข้า อันได้แก่ ผลตอบแทนในปีต่อมาเป็นเวลาหลายปี ดังนั้นโดยการเปรียบเทียบและเลือกโครงการผู้ลงทุนจึงจำเป็นต้องมีสิ่งที่ใช้วัดการลงทุนในแต่ละโครงการ

การวิเคราะห์มิติทางการเงิน จะเป็นตัวชี้ให้เห็นทั้งเวลาและงบประมาณความต้องการเงินทุนทั้งหมดของโครงการนั้นๆ เช่น ทำให้ทราบถึงปริมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด เมื่อโครงการเริ่มดำเนินการ ทราบถึงผลลัพธ์หรือรายได้ที่เกิดจากการดำเนินการ

7. การวิเคราะห์ความไวตัว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความไวตัว เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการประเมินความทนต่อเหตุการณ์ในอนาคตที่อาจเปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์เดิมของโครงการที่จัดตั้งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้รู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับโครงการในกรณีที่กระแสการไหลของต้นทุน และผลได้ไม่เป็นไปตามที่ได้คาดหวังไว้ตามแผนเดิม

อย่างไรก็ตามแม้ผู้ลงทุนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหรือมิติต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น แต่สิ่งที่จะต้องดำเนินการก่อนการตัดสินใจลงทุน ก็คือการสำรวจความต้องการของตลาดหรือนักศึกษาที่จะรับเข้าศึกษาในสถาบันว่ามีความเป็นไปได้สูงเพียงใด ดังนั้น ข้อมูลด้านการตลาด (marketing) หรือการเข้ามามีส่วนแบ่งของลูกค้านในตลาด (market share) และการแบ่งส่วนการตลาด (market segmentation) เมื่อเปรียบเทียบกับระดับการแข่งขันกับสถาบันศึกษาอื่นที่ต่างก็เปิดขึ้นมาในระยะเวลาไล่เรียงกันหรือเป็นผู้ประกอบการรายใหม่เหมือนกันเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรจะต้องนำมาวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้แล้วควรมีการดำเนินการวางแผนทางด้านการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งจะต้องพิจารณาด้วยว่าจะใช้เวลาเพื่อการนี้ยาวนานเพียงใด จึงจะทำให้ได้นักศึกษาหรือลูกค้าจำนวนเพียงพอตรงตามเป้าหมายที่จะทำให้สถาบันสามารถยืนอยู่ต่อไป การประชาสัมพันธ์ซึ่งเปรียบเสมือนการแนะนำผลผลิตให้ลูกค้าได้รู้จักเมื่อมีการเข้าสู่การแข่งขันในตลาดใหม่ๆ จึงเป็นเสมือนสิ่งท้าทายความสามารถของนักประชาสัมพันธ์ของสถาบันไปด้วยในเวลาเดียวกัน เจกเช่นการค้นคว้าวิธีการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์

วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ที่มีวิธีการโน้มน้าว สร้างความสนใจพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ ผู้เป็นลูกค้าด้วย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องของการใช้เทคนิคทั้งในเชิงรุกและเชิงรับภายในระยะเวลาอันเหมาะสม

ส่วนเรื่องของทำเลที่ตั้งของสถาบันก็น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายในการรับนักศึกษา เพราะหากสถาบันนอกจากจะมีบริเวณเพียงพอที่จะรองรับการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษาอย่างครบถ้วนภายในสถาบันเองแล้ว การอยู่ไม่ห่างไกลจากแหล่งชุมชนมีรถยนต์ยานพาหนะผ่านทำให้ผู้เดินทางมาศึกษาได้รับความสะดวกในหลายทิศทาง ความได้เปรียบคู่แข่งนั้นก็ยังมีมากขึ้น ซึ่งกรณีดังกล่าวข้างต้นสำหรับสถาบันของรัฐที่เป็นที่ใฝ่หาของนักศึกษาที่แข่งขันกันในตลาดสูงที่จะผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาอยู่แล้ว ปัญหานี้จะไม่เกิดแม้ว่าจะตั้งในที่ห่างไกลชุมชนแค่ไหน แต่สำหรับสถาบันของเอกชนที่ตั้งขึ้นใหม่ปัจจัยปัญหาด้านนี้นับว่ามีความสำคัญต่อการส่งผลกระทบต่อผลการบรรลุเป้าหมายของโครงการได้

สำหรับเรื่องบุคลากรที่จะเป็นผู้สอนในสาขาวิชาต่าง ๆ ก็นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าปัจจัยทั้งหลายที่ได้กล่าวถึงในเบื้องต้น สถาบันศึกษาที่ตั้งขึ้นใหม่นอกจากยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เพราะชื่อจำกัดหลาย ๆ ด้านที่กล่าวถึงแล้ว ยังจะเกี่ยวกับ

ปัจจัยด้านบุคลากรที่จะสร้างความเลื่อมใส เชื่อถือ และยอมรับโดยผู้ที่ตัดสินใจสมัครเข้ามาศึกษาในสถาบันด้วย สถาบันจะต้องทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และต้องประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับทราบของผู้ที่จะสมัครเข้าศึกษาต่อด้วยวิธีการใดๆ ที่เป็นการสร้างแรงศรัทธาให้เกิดขึ้นในความรู้สึกของลูกค้ายหรือนักศึกษาได้โดยแท้จริง

ที่กล่าวมาทั้งหมดคือปัญหาและอุปสรรคที่เป็นภาพที่มองเห็นและเป็นข้อชี้แนะ ที่นักลงทุนทางด้านการศึกษาคควรจะคำนึงและพิจารณาก่อนการตัดสินใจดำเนินการในดำนนี้ให้มาก เพราะการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพโดยการให้การศึกษาไม่เหมือนกับการผลิตสินค้าหรือบริการออกแข่งขันจำหน่ายในตลาดสินค้าต่างๆ ไปที่ใช้ฟรีเซนต์อร์ที่เป็นที่ชื่นชอบของคนในสังคมเป็นตัวแสดงในรายการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความอยากลองและความนิยมในสินค้าที่เข้าสู่ตลาดใหม่ตามมาได้ง่ายกว่าการสร้างค่านิยมทางการศึกษาให้แก่สถาบัน โดยเฉพาะสถาบันที่ตั้งขึ้นมาใหม่เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลา ต้องสร้างชื่อเสียง ค่านิยมทัศนคติที่ดี โดยคนในสังคมโดยรวมและในเวลาเดียวกันต้องมีคุณภาพที่เห็นได้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนด้วย