

แผนธุรกิจ  
บ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
แผนธุรกิจ  
บ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไชนิส”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2559



.....  
นายนครินทร์ พูลผล  
ผู้วิจัย

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศำ รุ่งเรือง,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.  
คณบดี  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิน ระวิวงศ์,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส” อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิน ระวีวงศ์ อาจารย์ควบคุมสารนิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนวทาง และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์เสมอมา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศา รุ่งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข สารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์ทุกท่านตั้งแต่การศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนคณะอาจารย์ในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด รวมไปถึงขอบคุณเพื่อนๆ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่มีกำลังใจดี ๆ ให้กันเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาแผนธุรกิจนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

นกรินทร์ พูลผล

## บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยสภาพอุตสาหกรรม โดยภาพรวมของประเทศไทยในธุรกิจประเภทนี้มีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก และมีเม็ดเงินสะพัดอย่างมหาศาล เพราะธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษายังคงได้กระแสตอบรับอย่างดีจากบรรดาผู้ปกครอง นักเรียน นักศึกษา ตลอดจนบุคคลทั่วไป ที่ต้องการเพิ่มความรู้และศักยภาพของตนเอง เพื่อพัฒนาความสามารถให้เหมาะสมกับตลาดแรงงานในปัจจุบันที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความสามารถในด้าน “ภาษา” ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อสื่อสารและการเจรจาการค้ากับต่างประเทศ นอกจากภาษาอังกฤษแล้ว ภาษาที่สามก็จำเป็นเช่นเดียวกัน เช่น ภาษาจีน ก็ถือเป็นภาษาสำคัญที่จะส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ทำให้ภาษาจีนมีบทบาทต่อการทำธุรกิจในปัจจุบันมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย จากปัจจัยดังกล่าวนี้ผู้จัดทำแผนธุรกิจ จึงได้ดำเนินการทำแผนธุรกิจบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไชนิส” ขึ้นมา

บ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไชนิส” เป็นสถาบันกวดวิชาภาษาจีน ที่เน้นการเรียนวิชาการควบคู่กับสันตนาการ วัฒนธรรมจีน และสื่อการสอนต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนภาษาจีน ใช้การเรียนรู้แบบบูรณาโดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ กล่าวคือนอกจากภาษาจีนจากตำราเรียนแบบวิชาการแล้วยังส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมจีนร่วมสมัย เช่น การตัดกระดาษแบบจีน การเขียนพู่กันจีน เป็นต้น รวมถึงการใช้สื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย เพื่อมอบคุณค่าและประสบการณ์การเรียนรู้แบบใหม่ให้แก่ผู้เรียน โดยทางสถาบันฯ เป็นอาคารพาณิชย์สามชั้น ขนาดมาตรฐาน 4\*12 เมตร ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น แบ่งเป็นห้องเรียนหลักทั้งหมด 3 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับนักเรียนได้ทั้งหมด 30 คนในเวลาเดียวกัน

ทางบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไชนิส” ได้ตั้งเป้าหมาย “เป็นผู้นำทางด้านการสอนภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนในระดับภูมิภาคอย่างมีคุณค่า พร้อมทั้งมอบความรู้และความสุขแก่ผู้เรียน” ซึ่งประมาณการยอดขายไว้ที่ 3,000,000 บาทต่อปี และเพิ่มขึ้นปีละ 20 เปอร์เซ็นต์ บริษัทฯ จะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี 10 เดือน อัตราการผลตอบแทนที่จะได้รับการการลงทุนมากกว่าต้นทุนทางการเงินของเจ้าของอยู่ประมาณร้อยละ 42

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ช
<b>บทที่ 1    <b>ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ</b></b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ	2
1.3 ข้อมูลสถาบันกวดวิชาภาษาจีน	3
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	4
1.5 วิสัยทัศน์	5
1.6 พันธกิจ	5
1.7 เป้าหมายธุรกิจ	5
<b>บทที่ 2    <b>การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด</b></b>	<b>7</b>
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	7
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	12
2.3 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมด้วยโมเดล Five Forces	13
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในธุรกิจ	15
2.5 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค	17
<b>บทที่ 3    <b>แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการบริการ</b></b>	<b>21</b>
3.1 รูปแบบการจัดตั้ง	21

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 สถานที่ตั้ง	21
3.3 แผนผังอาคาร	22
3.4 กระบวนการดำเนินงาน	25
3.5 โครงสร้างองค์กร	26
<b>บทที่ 4</b> <b>แผนการตลาด</b>	<b>28</b>
4.1 การแบ่งส่วนการตลาด	28
4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	29
4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด	29
4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด	
<b>บทที่ 5</b> <b>แผนการเงิน</b>	<b>35</b>
5.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน	35
<b>บทที่ 6</b> <b>การบริหารความเสี่ยง</b>	<b>47</b>
6.1 ความเสี่ยงด้านการเงิน	48
6.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด	49
6.3 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	50
6.4 ความเสี่ยงด้านในการบริหารงานโครงการ	50
6.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	51
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>53</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>54</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	รายละเอียดการกำหนดราคาของบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	32
5.1	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	36
5.2	งบต้นทุนโครงการ	37
5.3	ประมาณการรายได้จากการขายหลักสูตร ปีที่ 1 – 5	38
5.4	ประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขาย	39
5.5	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	40
5.6	รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ	41
5.7	ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา	42
5.8	งบกำไรขาดทุน	43
5.9	งบแสดงฐานะทางการเงิน	44
5.10	งบกระแสเงินสด	45
5.11	ระยะเวลาคืนทุน	46
5.12	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน	46
5.13	อัตราผลตอบแทนของโครงการ	46

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
1.1	ตราสัญลักษณ์สถาบันบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	4
2.1	จำนวนโรงเรียนกวดวิชาและจำนวนที่เรียนกวดวิชา พ.ศ. 2556	8
2.2	ข้อมูลจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกระดับการศึกษาประเภทสถาน การศึกษาของรัฐและเอกชน ปีการศึกษา 2556	9
2.3	จำนวนผู้เข้าใหม่ จำแนกตามระดับ/ประเภทการศึกษาและเพศ ปีการศึกษา 2556 จากรายงานสถิติการศึกษาของประเทศไทย ปีการศึกษา 2556-2557	10
2.4	แรงกระทบทั้ง 5 ในการทำธุรกิจ	15
2.5	โรงเรียนสอนภาษาจีน อิง-เฉียว	16
2.6	สถาบันขงจื่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	17
2.7	กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ	20
3.1	อาคารบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	21
3.2	แผนที่สถานที่ตั้งบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	22
3.3	ผังอาคารชั้นหนึ่ง	24
3.4	ผังอาคารชั้นสอง	24
3.5	กระบวนการดำเนินงานและการบริการของบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	25
3.6	โครงสร้างองค์กรในปีที่ 1	26
3.7	โครงสร้างองค์กรในปีที่ 5	27
4.1	การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	30
4.2	ตัวอย่างตำราเรียนพร้อมกระเป๋าผ้าบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส”	33
4.3	งานนิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา ณ หอประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น	34
6.1	ขั้นตอนในการบริหารความเสี่ยง	48



# บทที่ 1

## ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

### 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ในยุคปัจจุบันความแปรผันของสภาวะเศรษฐกิจโลกเป็นสิ่งที่คาดการณ์ได้ยาก ส่งผลกระทบต่อผู้คนทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนใหญ่เกิดจากนโยบายและกลยุทธ์ของกลุ่มประเทศมหาอำนาจ ซึ่งในนี้คงไม่มีใครมองข้ามประเทศจีน แน่แน่นอนว่าการศึกษา ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนมีส่วนสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคต สำหรับประเทศไทย บุคคลที่มีความสามารถทางภาษาจีนถือเป็นใบเบิกทางของความก้าวหน้าในอาชีพ การงาน และการเงิน ไม่ว่าจะใช้เพียงเพื่อสื่อสารทั่วไป หรือใช้ในการทำงานเชิงลึก เช่น กลุ่มวิศวกรในโรงงานที่นำเข้าเครื่องจักรจากประเทศจีน กลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการนำเข้าวัตถุดิบ สินค้า ที่ผลิตโดยแรงงานในประเทศจีนซึ่งมีต้นทุนต่ำ ส่งผลให้เกิดกำไรในธุรกิจมากขึ้น หรือใช้เพื่อเชื่อมสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศในหน่วยงานรัฐบาล เห็นได้ว่าการมีความรู้ด้านภาษาจีนส่วนเพิ่ม โอกาสและทางเลือกในการประกอบอาชีพ อีกทั้งยังส่งเสริมให้บุคคลนั้นมีความน่าเชื่อถือและมีภาพลักษณ์ที่ดี ในองค์กร ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เศรษฐกิจของจีนส่งผลกระทบต่อสภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆของโลกหลายด้าน ทั้งในมูลค่าการค้าและการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ จากสถิติล่าสุดของ CIA (Central Intelligence Agency) ระบุว่าในปี 2558 จีนเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในโลก ด้วยเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จึงเป็นข้อสนับสนุนว่าการเรียนภาษาจีนมีความสำคัญอย่างยิ่ง

ข้อมูลจากหน่วยงาน Internet World Stats รายงานว่าในปี 2558 มีประชากรเชื้อสายจีนกว่า 1.3 พันล้านคนได้กระจายอาศัยอยู่ทั่วทุกมุมโลก ในจำนวนนี้มีผู้ใช้ภาษาจีนกลางเป็นภาษาหลักกว่า 873 ล้านคน ถือเป็นภาษาที่ผู้คนใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลกคิดเป็น 24.2% รองจากภาษาอังกฤษที่มีผู้ใช้งาน 26.8% เห็นได้ว่าตามหลังอยู่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และเศรษฐกิจของจีนยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นไปได้ว่าจะส่งผลให้การใช้งานภาษาจีนเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน หน่วยงานด้านการศึกษาในประเทศไทยมีโครงการสนับสนุนและส่งเสริมให้เด็กไทยเรียนภาษาจีนมากขึ้น ในหลายโรงเรียนได้อนุมัติให้จัดการเรียนการสอนภาษาจีนเป็นวิชาบังคับทั้งระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถเด็กไทยให้ทัดเทียมกับนานาชาติ ในกลุ่มคนวัยทำงานหลายกลุ่มก็หันมาให้ความสนใจศึกษาเพิ่มเติมทั้งผ่านการเรียนรู้

ด้วยตนเอง และลงทะเบียนเรียนกับสถาบันภาษาที่มีความเชี่ยวชาญ

เนื่องด้วยผู้จัดทำแผนธุรกิจมีแนวคิดในการลงทุนด้านการศึกษา จึงมีความรู้สึกสนใจ ต้องการลงทุนในธุรกิจนี้อย่างจริงจัง อีกทั้งศักยภาพของผู้จัดทำและทีมงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน ได้รับใบประกาศนียบัตรรองรับ อีกทั้งยังมีเครือข่ายมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้จัดทำจึงได้กำหนดแผนธุรกิจ บำนาญภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส” ทำให้เกิดแนวคิดในการทำธุรกิจนี้ขึ้น ซึ่งในหลักสูตรนั้น จะเป็นการเรียนรู้ภาษาจีนแบบบูรณาการ โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ภาษาจีนได้ทั้งในและนอกห้องเรียน ผสมผสานระหว่างวิชาการกับการทำกิจกรรมสนทนาการควบคู่กันไป เพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกสนานและมีใจรักในการเรียนภาษายิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีโครงการศึกษาภาษาจีนกับเจ้าของภาษา สัมผัสถึงวัฒนธรรมจีนที่สวยงาม ประเทศจีน เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต เปิดมุมมองและทัศนคติที่ดีแก่ตัวผู้เรียน

## 1.2 ความน่าสนใจของธุรกิจ

ภาษาจีนที่มีบทบาทอย่างมากในเวทีโลก เพราะใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้า และการทูต อีกทั้งในปัจจุบันบริษัทจีน ได้หวน ลิงคโปร์ ฮองกง และมาเลเซียต่างมาลงทุนในประเทศไทย ส่งผลให้ตลาดแรงงานมีความต้องการผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาจีนจึงได้เปรียบในการแข่งขัน ความน่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ ทางรัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาจีนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำโครงการมอบทุนการศึกษาให้แก่เยาวชนไทยทั้งแบบระยะสั้น และระยะยาวต่อเนื่องจนสำเร็จการศึกษาระดับคุณวุฒิบัณฑิต รวมถึงโครงการศึกษาดูงานในประเทศจีนเพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้เกิดแรงผลักดันต่อผู้ที่สนใจศึกษาต่อภายใต้โครงการดังกล่าว

จากรายงานข่าวศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ในปี 2558 ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถาบันสอนภาษาจีนมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นคาดว่าจำนวนผู้เรียนยังไม่มีอัตราการลดลง ส่งผลให้ตลาดยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะว่าผู้ปกครองและนักเรียนยังคงเห็นความสำคัญกับการเรียนกวดวิชา ทั้งในกลุ่มของนักเรียนที่เรียนอ่อนและนักเรียนที่เรียนอยู่ในเกณฑ์ดีแต่ต้องส่งเสริมความมั่นใจ เพื่อยกระดับผลการเรียนใน โรงเรียน และเตรียมความพร้อมสู่ระบบการสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจภาษาจีนมากขึ้นเรื่อยๆ โดยพิจารณาจากกระแสความนิยมเรียนภาษาจีน การท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจีน และ โรงเรียนกวดวิชาสอนภาษาจีนที่อยู่จำนวนมาก รวมถึงการขาย

หลักสูตรภาษาจีนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา อีกทั้งจำนวนสาขาที่มีมากขึ้นตามสถานที่ต่างๆ ตามห้างสรรพสินค้า ไปจนถึงแหล่งชุมชน ซึ่งในอนาคตประเทศไทยจะมีคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนมากขึ้นตามลำดับ

ปัจจัยเหล่านี้ ผู้จัดทำแผนธุรกิจจึงสังเกตเห็นแนวทางในการประกอบกิจการโรงเรียนบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส” โดยวางแผนเปิดกิจการที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นเป็นสาขาแรก เนื่องจากผู้จัดทำแผนธุรกิจมีความพร้อมด้านสถานที่ มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในพื้นที่ อีกทั้งยังมีทรัพย์สินในจังหวัดขอนแก่น ขณะเดียวกัน จังหวัดขอนแก่นก็ถือเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และจำนวนนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักก็มามากเช่นเดียวกัน เพราะสถาบันการศึกษาหลายแห่งในจังหวัด ได้เพิ่มวิชาภาษาจีนเป็นวิชาเลือกและวิชาบังคับในหลักสูตรการศึกษา รวมถึงกลุ่มคนวัยทำงานที่ต้องการร่วมงานกับบริษัทสัญชาติจีนซึ่งเริ่มเข้ามาลงทุนเปิดกิจการในจังหวัดขอนแก่น ถือเป็นโอกาสและช่วงเวลาที่เหมาะสมในการประกอบกิจการโรงเรียนบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส”

### 1.3 ข้อมูลสถาบันกวดวิชาภาษาจีน

#### 1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของสถาบันบ้านภาษาจีน

ชื่อบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส”

ที่ตั้ง 16/27 ถ.มิตรภาพ เมืองขอนแก่น 40000

#### 1.3.2 ตราสัญลักษณ์

โดยตัวอย่างตราสัญลักษณ์สถาบันกวดวิชาบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส”

แสดงไว้ในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์

### 1.3.3 สโลแกน

Secret Chinese is Me

## 1.4 รูปแบบธุรกิจ

บ้านภาษาจีน หรือสถาบันสอนพิเศษภาษาจีน และให้คำปรึกษาทางการเรียนต่อภาษาจีนที่ต่างประเทศ พร้อมทั้งจัดค่ายภาษาจีน โดยแบ่งเป็น 6 หลักสูตรดังต่อไปนี้

1. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับเด็กเล็กอายุระหว่าง 4-7 ปี
2. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับเด็กโตอายุระหว่าง 8-10 ปี
3. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย
4. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนมัธยมตอนต้น
5. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนมัธยมตอนปลาย
6. หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับบุคคลทั่วไปที่สนใจเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ

## 1.5 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำทางด้านการสอนภาษาจีนและวัฒนธรรมในระดับภูมิภาคอย่างมีคุณค่าและมอบความรู้และความสุขแก่ผู้เรียน

## 1.6 พันธกิจ

1. จัดการสอนแบบบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง
2. พัฒนาครู, บุคลากรทางการศึกษาหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

## 1.7 เป้าหมายธุรกิจ

1. ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในภาษาจีน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยหลักสูตรภาษาจีนได้ประมาณร้อยละ 80
2. กิจการของธุรกิจนี้สามารถสร้างกำไรให้แก่บริษัทประมาณร้อยละ 20 ต่อปี

### 1.7.1 เป้าหมายธุรกิจระยะสั้น (1 ปี)

- เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์บ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไชนีส” ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวงกว้างในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง
- จัดกิจกรรมให้เป็นที่รู้จักโดยร่วมมือกับ โรงเรียน สถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมทางการขายให้กับกลุ่มลูกค้าระดับเยาวชน นักเรียน นักศึกษา ประมาณ 4 กิจกรรมต่อปี
- สร้างรายได้จากการขายหลักสูตรสอนภาษาจีน ประมาณ 3,000,000 บาท ต่อปี



### 1.7.2 เป้าหมายธุรกิจระยะกลาง (3 ปี)

- เพิ่มศักยภาพในการขยายหลักสูตรภาษาจีนให้มีหลากหลายขึ้น เพื่อตอบสนองโจทย์ผู้เรียนที่มีความต้องการมากขึ้น โดยสามารถเพิ่มและขยายหลักสูตรได้อีก 5 หลักสูตร
  - สร้างรากฐานและความมั่นคงของธุรกิจบ้านภาษาจีน โดยการส่งเสริมกิจกรรมประชาสัมพันธ์หลักสูตร ประมาณ 5 กิจกรรมต่อปี
  - จัดจ้างบุคลากรทางด้านภาษาจีนมากขึ้น โดยเฉพาะครูคนจีนที่มีทักษะการสอนโดยตรง ซึ่งมีความรู้ความสามารถที่นำมาประยุกต์กับผู้เรียนได้อย่างดี 2 คน
  - ประชาสัมพันธ์และขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่า
  - สร้างรายได้จากขายหลักสูตรภาษาจีน และการแนะนำนักศึกษาต่อต่างประเทศ มีกำไรเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 เฉลี่ยต่อปี

### 1.7.3 เป้าหมายธุรกิจระยะยาว (5 ปี)

- เพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น มีความหลากหลายและทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนมากขึ้นเป็นลำดับขั้น ขยายหลักสูตรเพิ่มเติมอีก 5 หลักสูตร
  - จัดจ้างบุคลากรทางด้านภาษาจีน โดยเฉพาะครูคนจีนที่มีประสบการณ์ทางการสอนโดยตรง และมีประกาศนียบัตรรองรับ 4 คน
  - จัดซื้ออุปกรณ์ที่ทันสมัย ที่รองรับกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เข้ามา มีการจัดทำห้องเรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 ห้อง
  - ประชาสัมพันธ์และขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่า
  - ได้รับรองมาตรฐานการศึกษาจากกระทรวงศึกษาธิการ ภายในปี พ.ศ. 2565
  - สร้างรายได้จากขายหลักสูตรภาษาจีน และการแนะนำนักศึกษาต่อต่างประเทศ สามารถสร้างรายได้ปีละ 3,000,000 บาท และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เฉลี่ยต่อปี



## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

#### 2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

แม้ว่าในปัจจุบันจะมีโรงเรียนกวดวิชาอยู่แล้วจำนวนมาก แต่ก็ยังมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องมาจากค่านิยมของผู้ปกครองที่ส่งเสริมให้บุตรหลานเรียนเสริมนอกเวลาเรียน และนักเรียนบางกลุ่มให้ความสำคัญในส่วนนี้เพราะต้องการเพิ่มความรู้ความเข้าใจในวิชานั้นๆ จนนำไปสู่ความเชี่ยวชาญที่สามารถนำไปใช้ในการแข่งขันภายนอก ประการสำคัญอีกข้อหนึ่งคือ ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาของเยาวชนด้วยวิธีต่างๆ เช่น การมอบทุนการศึกษาต่อ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีนในระดับอุดมศึกษา เหตุผลจูงใจเหล่านี้คือที่มาของกลุ่มลูกค้า แม้กลุ่มลูกค้าจะมีจำนวนมากแต่สถาบันกวดวิชาก็มีไม่น้อยเช่นกัน จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาและสถาบันภาษาที่รุนแรงมากขึ้น แต่ละแห่งมีการปรับหลักสูตรให้น่าสนใจ เข้าใจง่ายเพื่อดึงดูดผู้เรียน หลายแห่งมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ การจัดหลักสูตรการเรียนการสอนแบบยืดหยุ่นและหลากหลาย รวมถึงการใช้วิดีโอหรือถ่ายทอดผ่านระบบดาวเทียม และใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงโดยการขยายสาขาไปเปิดสถาบันตามแหล่งชุมชนและจังหวัดต่างๆ อย่างครอบคลุม เพื่ออำนวยความสะดวกต่อกลุ่มลูกค้า จากการศึกษาข้อมูลด้านราคาพบว่าอัตราค่าเรียนกวดวิชาในรายวิชาหนึ่งจะอยู่ที่ 2,000 – 2,500 บาท ต่อคน ต่อการเรียนหนึ่งหลักสูตร

จากข้อมูลสารสนเทศเพื่อการศึกษาแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการเปิดเผยว่าสถิติโรงเรียนกวดวิชาในปี 2556 มีจำนวน 2,342 แห่ง เพิ่มขึ้นกว่าปี 2555 ที่จำนวน 2,005 แห่งถึงร้อยละ 16.8 สอดคล้องกับจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชารวม 535,695 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0 จากในปี 2555 ที่มีจำนวนนักเรียนที่เรียนกวดวิชารวม 453,881 คน แสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 จำนวนโรงเรียนกวดวิชาและจำนวนที่เรียนกวดวิชาปี พ.ศ. 2556

สถิติโรงเรียนจำนวนนักเรียน นักศึกษาในปีการศึกษา 2556 ของรัฐบาลและเอกชน รวมทั้งสิ้น 14,582,110 คน โดยจำนวนนักเรียนของรัฐบาลทั้งสิ้น 11,783,032 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 80.8 และจำนวนนักเรียนของเอกชนทั้งสิ้น 2,799,078 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 19.2 แสดงในภาพที่ 2.2

ระดับการศึกษา	จำนวนนักเรียน นักศึกษา			ร้อยละ	
	รวม	รัฐ	เอกชน	รัฐ	เอกชน
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>14,582,110</b>	<b>11,783,032</b>	<b>2,799,078</b>	<b>80.8</b>	<b>19.2</b>
<b>การศึกษาขั้นพื้นฐาน</b>	<b>12,151,467</b>	<b>9,729,456</b>	<b>2,422,011</b>	<b>80.1</b>	<b>19.9</b>
ระดับก่อนประถมศึกษา	2,734,911	2,097,452	637,459	76.7	23.3
ระดับประถมศึกษา	4,903,579	3,867,640	1,035,939	78.9	21.1
ระดับมัธยมศึกษา	4,512,977	3,764,364	748,613	83.4	16.6
- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2,375,996	2,043,992	332,004	86.0	14.0
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	2,136,981	1,720,372	416,609	80.5	19.5
- ประเภทสามัญศึกษา	1,437,952	1,258,874	179,078	87.5	12.5
- ประเภทอาชีวศึกษา	699,029	461,498	237,531	66.0	34.0
<b>การศึกษามัธยมศึกษา</b>	<b>2,430,643</b>	<b>2,053,576</b>	<b>377,067</b>	<b>84.5</b>	<b>15.5</b>
อนุปริญญาเทียบเท่า	316,288	231,987	84,301	73.3	26.7
ปริญญาตรี	1,881,816	1,617,668	264,148	86.0	14.0
ประกาศนียบัตรบัณฑิต	5,399	5,138	261	95.2	4.8
ปริญญาโท	200,304	174,532	25,772	87.1	12.9
ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง	1,442	1,442	-	100.0	0.0
ปริญญาเอก	25,394	22,809	2,585	89.8	10.2

ภาพที่ 2.2 ข้อมูลจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกระดับการศึกษาประเภทสถานการศึกษาของ รัฐและเอกชน ปีการศึกษา 2556

สถิติจำนวนผู้เข้าใหม่รวมทั้งสิ้น 3,795,534 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย 1,866,549 คน และเพศหญิง 1,928,985 คน แสดงในภาพที่ 2.3

ระดับ/ประเภทการศึกษา	จำนวนผู้เข้าใหม่		
	รวม	ชาย	หญิง
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3,795,534</b>	<b>1,866,549</b>	<b>1,928,985</b>
<b>ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน</b>	<b>3,136,949</b>	<b>1,577,359</b>	<b>1,559,590</b>
อนุบาล 1/เด็กเล็ก	731,961	378,477	353,484
ประถมศึกษา (ป.1)	842,809	439,021	403,788
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1)	808,713	411,443	397,270
มัธยมศึกษาตอนปลาย	753,466	348,418	405,048
- ประเภทสามัญศึกษา (ม.4)	505,078	205,074	300,004
- ประเภทอาชีวศึกษา (ปวช.1)	248,388	143,344	105,044
<b>ระดับอุดมศึกษา</b>	<b>658,585</b>	<b>289,190</b>	<b>369,395</b>
ต่ำกว่าปริญญาตรี	145,550	78,108	67,442
ปริญญาตรี	461,217	190,777	270,440
สูงกว่าปริญญาตรี	51,818	20,305	31,513
- ประกาศนียบัตรบัณฑิต	801	262	539
- ปริญญาโท	47,161	18,171	28,990
- ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง	549	206	343
- ปริญญาเอก	3,307	1,666	1,641

หมายเหตุ : ระดับอุดมศึกษารวมทั้งสถาบันจำกัดรับ และไม่จำกัดรับ

ภาพที่ 2.3 จำนวนผู้เข้าใหม่ จำแนกตามระดับ/ประเภทการศึกษา และเพศ ปีการศึกษา 2556 จากรายงานสถิติการศึกษายของประเทศไทย ปีการศึกษา 2556-2557

รายชื่อโรงเรียนกวดวิชาที่ได้รับความนิยมจากผู้เรียน เช่น โรงเรียนกวดวิชาวรรณสรณ์ อีกแห่งหนึ่งคือ โรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดมาอย่างยาวนานกว่า 25 ปี และยังมีอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงล้วนแต่ทรงคุณวุฒิ ในส่วนโรงเรียนกวดวิชาทางด้านภาษาที่มีชื่อเสียง เช่น โรงเรียนกวดวิชาสอนภาษาอังกฤษสถาบันเอ็นคอนเซ็ปต์ ที่มีสไตล์การสอนที่แตกต่างจากที่อื่น ทำให้สถาบันแห่งนี้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักเรียนมัธยมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษคุณครูสมศรี ธรรมสาร โสภณ ซึ่งโรงเรียนกวดวิชาแห่งนี้จุดเด่นคือ มีแนวข้อสอบให้นักเรียนได้ลองทดสอบ ซึ่งเนื้อหาจะคล้ายแนวข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย ทำให้นักเรียนได้ฝึกฝนปฏิบัติทำข้อสอบก่อน ทางด้านโรงเรียนกวดวิชาทางด้านภาษาไทย ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชา Da'vance และ โรงเรียนกวดวิชาคุณครูลิลลี่ กิจมาโนชญ์ โรจนทรัพย์ ซึ่งทั้งสองสถาบันนี้เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน

ในส่วนของโรงเรียนกวศวิษาภาษาจีนหรือสถาบันสอนภาษาจีนก็มีอยู่ไม่น้อย กระจายตัวอยู่ในพื้นที่การศึกษาต่างๆ โดยเฉพาะบริเวณใกล้กับมหาวิทยาลัยชั้นนำของแต่ละภูมิภาค มีจุดเด่นที่ดึงดูดผู้เรียนแตกต่างกัน เช่น สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก่อตั้งขึ้นจากความร่วมมือระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับมหาวิทยาลัยปักกิ่ง ตั้งอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยชั้นนำในประเทศไทยอีกหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสถาบันสอนภาษาและวัฒนธรรมจีนซีซีซี เป็นสถาบันกวศวิษาที่เปิดดำเนินการสอนภาษาจีนกลาง (Mandarin) มานานกว่า 10 ปี ซึ่งเปิดให้บริการตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ จุดเด่นคือ ทางสถาบันได้ดำเนินการสอนโดยใช้การเรียนภาษาจีนจากวีซีดีที่เน้นการฝึกปฏิบัติจริงในชั้นเรียน ผู้เรียนจะได้รับความรู้ทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน ครบทุกด้าน โดยไม่รู้สึกลดดัน สถาบันภาษากรุงเทพ BLS (Bangkok Language School) เกิดจากการรวมตัวกันของเจ้าของสถาบันที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจกับชาวจีน ร่วมกับคณาจารย์เจ้าของภาษาจากประเทศจีน และโรงเรียนกวดวิชานี้ ซึ่งมีปณิธานที่จะทำให้คนไทยสามารถติดต่อสื่อสารด้วยภาษาจีนอย่างคล่องแคล่ว มีพื้นฐานภาษาที่แน่นและใช้งานได้จริง สถาบันหลักที่สอนภาษาจีนที่จังหวัดขอนแก่นได้แก่ 1. สถาบันขงจื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยเซาท์เวสต์และฮั่นป๋นให้เป็นสถาบันชั้นนำทางด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน จัดหลักสูตรการสอนหรือการอบรมภาษาจีนที่ได้มาตรฐานของฮั่นป๋น (Hanban-standard Chinese teaching) ซึ่งทั้งสองสถาบันเป็นสถาบันที่เก่าแก่ มีเนื้อหาหลักสูตรตามมหาวิทยาลัยกำหนด ราคาต่อหลักสูตรสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยในราคาที่ถูกลงกว่าบุคคลทั่วไป 2. สถาบันสอนภาษาจีน อิง เฉียว ก่อตั้งจากแรงปณิธานและแรงบันดาลใจของ อ.เสี่ยว อิง ที่ได้รับโอกาสทุนการศึกษาต่อที่สาธารณรัฐประชาชนจีนถึงสองครั้ง ต้องการเชื่อมต่อกับความสัมพันธ์ทางด้านภาษา วัฒนธรรม และมิตรภาพที่ดีระหว่างไทย-จีนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ซึ่งสถาบันนี้มีราคาต่อหลักสูตรสูงกว่าสถาบันขงจื่อ แห่งมหาวิทยาลัยขอนแก่น แต่จะมีหลักสูตรตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในพื้นที่มากกว่า



## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โดยสามารถสรุปสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้ PEST Model Analysis ได้ดังนี้

### 2.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง นโยบายหรือกฎเกณฑ์ของภาครัฐ

(+) จากการเปิดประชุมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลให้ธุรกิจการกวดวิชามีการเติบโตที่ก้าวกระโดด เนื่องจากมีการถ่ายเทความรู้ความสามารถ ซึ่งประกอบด้วยการใช้ภาษาสื่อสารเป็นหลัก ทำให้สถาบันกวดวิชาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาอื่นๆ ในอาเซียนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาซึ่งกันและกัน เพื่อต่อยอดในการประกอบอาชีพและการถ่ายเทแรงงาน เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

(+) อีกทั้งจังหวัดขอนแก่น ได้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจระดับจังหวัด พ.ศ. 2557 – 2560 ซึ่งได้เจาะจงประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาจังหวัด ให้ก้าวหน้าและมีความเจริญสู่ทุกชุมชน โดยมีการขยายการปรับปรุงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เพื่อความสะดวกในการสัญจรของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดขอนแก่นก็ยังเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางการศึกษาในระดับภูมิภาค

### 2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

(-) ในปี 2559 นี้เศรษฐกิจในประเทศไทยมีการชะลอตัว ทำให้ประชากรมีความระมัดระวังการใช้จ่าย การเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องประเมินความเสี่ยงและมีแผนสำรองฉุกเฉินไว้ใช้ให้ทันกับสถานการณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ต่อไป ส่วนในภาคการศึกษาผู้ปกครองของนักเรียนก็มีความระมัดระวังการใช้จ่ายด้านการศึกษาของบุตรหลานเป็นจำนวนมาก เพื่อฝ่าวิกฤตด้านเศรษฐกิจ แต่ในอีกด้านหนึ่งการลงทุนเพื่อการศึกษาของบุตรหลานก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ปกครองยังเล็งเห็น และยอมใช้จ่ายเพื่อการศึกษาแก่บุตร

### 2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม

(+) ปัจจุบันในประเทศไทยมีการขยายสาขาหรือการลงทุนด้านโรงเรียนกวดวิชาอยู่เป็นจำนวนมาก และขยายไปตามจังหวัดอื่นๆ เพื่อรองรับความต้องการของนักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจกวดวิชาเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ของตนเอง อีกทั้งผู้ปกครองก็ให้การสนับสนุนบุตรหลานอย่างเต็มกำลังสามารถ เพราะการศึกษาเป็นความรู้ที่สำคัญที่จะนำติดตัวไปตลอดชีวิต ทำให้ผู้ปกครองและตัวนักเรียน นักศึกษาเองขวนขวายในการเรียนกวดวิชา เพื่อให้ประสบความสำเร็จใน



หน้าที่การศึกษาต่อระดับที่สูงขึ้น รวมถึงประกอบอาชีพในอนาคต

#### 2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

(+) เทคโนโลยีรอบตัวหมุนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคต้องก้าวตามให้ทัน เพื่อไม่ให้ตกกระแสหรือล้าหลังเกี่ยวกับเทคโนโลยี เพราะปัจจุบันนี้องค์กร หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างพร้อมปรับและนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการทำงานและการประชาสัมพันธ์ องค์กรให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันกวดวิชาต่างๆ ได้เล็งเห็นและพัฒนาหลักสูตรที่นำเทคโนโลยีมาใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับสื่อการเรียนการสอน เพื่อจะได้ทันต่อยุคโลกาภิวัตน์ และตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วอยู่ในวัยรุ่นที่สนใจทางด้านเทคโนโลยีอยู่แล้ว ทำให้ภาคธุรกิจต้องมีการปรับตัวและก้าวทันให้พร้อมกับความต้องการของวัยรุ่น และเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจของตน รวมถึงสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ที่ทุกคนสามารถมาหาข้อมูล และใช้ประกอบการตัดสินใจต่างๆ ซึ่งสามารถมาใช้ในการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

### 2.3 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมด้วย โมเดล Five Forces

#### 2.3.1 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

(+,-) อุตสาหกรรมสถาบันภาษาและวัฒนธรรมจีนและในธุรกิจเดียวกันปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีการแข่งขันกันทั้งในเรื่องจำนวนของสถาบันภาษาต่างๆ สถาบันภาษาและธุรกิจเหล่านี้ ให้บริการและผลิตภัณฑ์ลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งราคาที่ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา โดยยึดการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งปัจจุบันปัจจัยในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับราคาและโปรโมชั่นทางการตลาดเป็นหลักของให้สถาบันแต่ละราย

#### 2.3.2 ด้านซัพพลายเออร์

(+,-) อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ ในปัจจุบัน สถาบันภาษาและวัฒนธรรมจีนและธุรกิจเดียวกัน ซัพพลายเออร์มีความได้เปรียบกว่าในเรื่องอำนาจการต่อรอง และสามารถที่จะเลือกขายผลิตภัณฑ์และให้บริการแก่สถาบันภาษา ที่เป็น พันธมิตร และอาจจะ ปฏิเสธบริษัทผู้ให้บริการรายใหม่ ได้มากขึ้น อีกทั้ง ปัจจุบันแนวโน้มคนไทยมีความต้องการที่เรียนภาษาที่สามมากขึ้น เช่น ภาษาจีน ซึ่งทำให้ ซัพพลายเออร์มองหาสถาบันภาษาและวัฒนธรรมจีน ที่จะมาเป็นพันธมิตรด้วยกัน

เพื่อให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง จึงเป็น โอกาสที่จะทำให้ สถาบันภาษาและวัฒนธรรมจีนรายอื่นๆ ในประเทศไทย แข่งขันกันในการหาซัพพลายเออร์

### 2.3.3 ด้านลูกค้า

(+,-) อำนาจต่อรองของลูกค้า ในปัจจุบันพบว่ามีสูงมาก เนื่องจากมีผู้ให้บริการทางด้าน สถาบันภาษาและวัฒนธรรมจีนเป็นจำนวนมากในตลาดของประเทศ ทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือก ได้มากขึ้น และยังไม่มีความแตกต่างของสินค้าและบริการมากนัก เพราะส่วนใหญ่ให้บริการหลัก ประเภทเดียวกัน คือสอนภาษาและให้คำแนะนำกับผู้ที่ต้องการไปเรียนภาษาที่ต่างประเทศ ทำให้ ลูกค้าสนใจที่เรื่องของราคาและโปรโมชั่นมากกว่าคุณภาพของตัวสินค้า และยังสร้างโอกาสในการ ที่ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้สถาบันอื่นได้อย่างง่าย

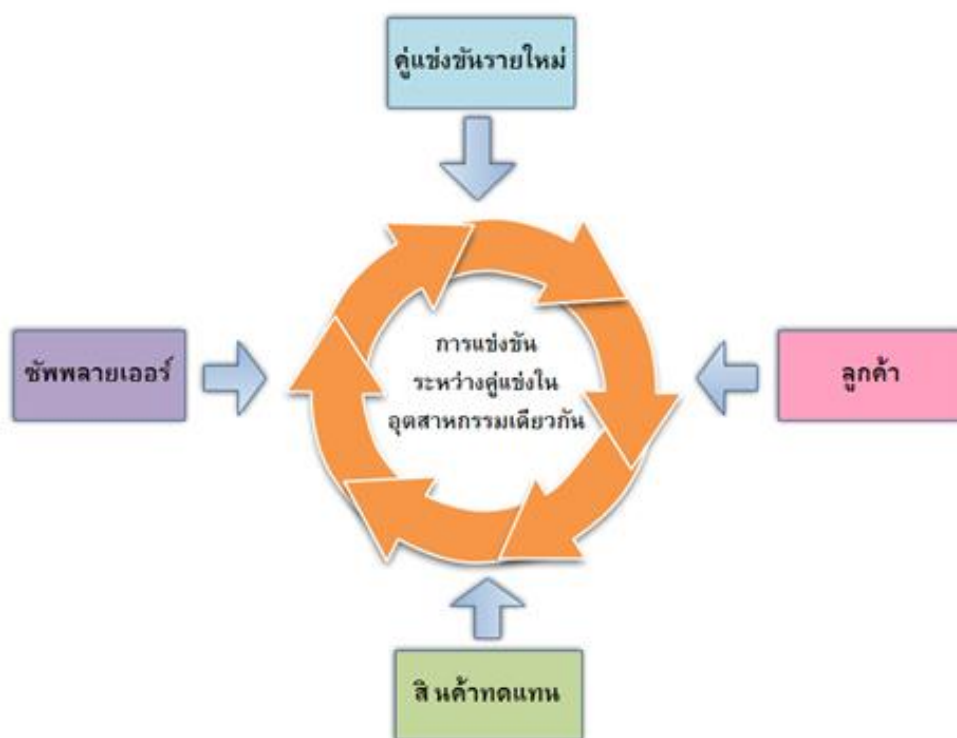
### 2.3.4 ด้านสินค้าทดแทน

(-) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เกิดขึ้นได้สูงมากสำหรับอุตสาหกรรมประเภทนี้ โดยเฉพาะภาษาสากล เช่น อังกฤษ และภาษาจีน เพราะความต้องการในการใช้ภาษาสากลนี้ทั่วโลก ทำให้มีโอกาสได้สูงมากที่ลูกค้าเปลี่ยนใจไปเรียนภาษาอื่นๆ ทดแทน เนื่องจากต้องการเรียนรู้ภาษา ใหม่ๆ เช่น ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ซึ่งก็ได้รับความนิยมในประเทศไทยไม่แพ้กัน

### 2.3.5 ด้านคู่แข่งรายใหม่

(-) ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ การเข้าสู่ตลาดของผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาได้ อย่างง่าย เนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของชาวจีน รวมถึงการตั้งรกรากถิ่นฐานในประเทศไทย ซึ่ง เปิดธุรกิจประเภทนี้ขึ้น อีกทั้งทางรัฐบาลจีนก็ให้การสนับสนุนกับการศึกษาภาษาจีนของ ชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเปิดธุรกิจประเภทนี้

จากการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้วพบว่ากรณีที่เข้ามาดำเนิน ธุรกิจนี้อุตสาหกรรมนี้ยังมีความน่าสนใจที่ลงทุนอยู่ ถึงแม้ว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมภายใน กลุ่มแข่งค่อนข้างสูง ซัพพลายเออร์ได้เปรียบด้านการต่อรอง อีกทั้งลูกค้ามีอำนาจเลือกสินค้า แต่ด้วย รูปแบบที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจน และภาษาจีนก็มีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายใน ประเทศไทย ซึ่งถ้าหากธุรกิจสามารถหากลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างทางการแข่งขันได้จะสามารถ ทำให้เติบโตในธุรกิจได้ แสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แรงกระทบทั้ง 5 ในการทำธุรกิจ (Five Forces Model)

## 2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในธุรกิจ

ในส่วนของการวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งจะเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่เปิดสอนภาษาจีน มีรายละเอียดดังนี้

### 2.4.1 คู่แข่งในธุรกิจสถาบันสอนภาษาจีนในจังหวัดขอนแก่น

#### 2.4.1.1 โรงเรียนสอนภาษาจีน อิง-เฉียว

รูปแบบสถาบัน : โรงเรียนสอนภาษาจีน

สถานที่ตั้ง : 530/43 หมู่บ้านแก่นทองธานี ถ. ร8 ต.บ้านเป็ด เมือง

ขอนแก่น

จำนวนหลักสูตร : หลักสูตรแบบตัวต่อตัวหรือแบบกลุ่มย่อย ภาษาจีน  
แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ต่ำ กลาง สูง

กลุ่มลูกค้า : เด็กนักเรียนและเยาวชน

จุดเด่น : ทำเลที่ตั้งในตัวเมืองขอนแก่น เดินทางสะดวก  
โดยเว็บไซต์โรงเรียนสอนภาษาจีน อิง-เฉียว แสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 โรงเรียนสอนภาษาจีน อิง-เฉียว

#### 2.4.2.2 สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รูปแบบสถาบัน : สถาบันสอนภาษาจีน

สถานที่ตั้ง : อาคารเทคโนโลยี ชั้น 6 เลขที่ 123 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง

ขอนแก่น

จำนวนหลักสูตร : หลักสูตรอบรมภาษาจีนระยะสั้น 30 ชั่วโมง /

หลักสูตรอบรมภาษาจีนระยะสั้น 45 ชั่วโมง / หลักสูตรปริญญาตรีมีสองหลักสูตร คือ ภาษาจีนและภาษาจีนธุรกิจ / หลักสูตรวัฒนธรรมจีน

กลุ่มลูกค้า : นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป

จุดเด่น : ทำเลที่ตั้งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ราคาไม่สูง คณาจารย์ผู้มี

ประสบการณ์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

โดยรูปภาพสถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น แสดงในภาพที่ 2.6





ภาพที่ 2.6 สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## 2.5 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

### 2.5.1 จุดแข็ง

- ผู้บริหารและคณาจารย์รักในธุรกิจทางการศึกษา และมีความชื่นชอบทางด้านภาษาจีน อีกทั้งยังมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีน และวัฒนธรรมโดยตรง

- คณาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญเป็นเจ้าของภาษาโดยแท้จริง ผู้เรียนจะได้สำเนียงตามแบบฉบับมาตรฐานของภาษาจีนกลาง อีกทั้งบุคลากรมีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน/สาขาวิชา อีกทั้งยังมีใบประกอบวิชาชีพทางด้านภาษาจีนจากสาธารณรัฐประชาชนจีน

- มีหลักสูตรและ เนื้อหาในการสอนที่สามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถทางด้านภาษาจีนมากยิ่งขึ้น ยึดถือผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มีกิจกรรมการเรียนรู้วิชาการและกิจกรรมทางด้านภาษาควบคู่กันอีกด้วย

- มีสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย อุปกรณ์การสอน ห้องปฏิบัติการครบครัน ที่สามารถตอบ

โจทย์ให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถยิ่งขึ้น โดยมีสื่อมีเดียที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับจากสถาบันภาษาในสาธารณรัฐประชาชนจีน

- จำนวนผู้เรียนต่อหนึ่งห้องเรียนมีขนาดเหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาการเรียนการสอนได้อย่างเต็มที่ และครูผู้สอนสามารถดูแลผู้เรียนได้อย่างทั่วถึง ซึ่งออกแบบให้เหมาะสมในแต่ละรูปแบบกิจกรรมการสอน

- ทำเล ที่ตั้งเหมาะสม เดินทางสะดวก และมีสภาพแวดล้อม อาคารสถานที่ สะอาด สวยงาม

- มีกิจกรรมเข้าค่ายภาษาจีน (Chinese Camp) เพื่อเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมโดยตรงจากเจ้าของภาษา ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน

### 2.5.2 จุดอ่อน

- ด้านความน่าเชื่อถือเพราะเป็นสถาบัน เปิดใหม่ยังไม่มีชื่อเสียงและยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์เพื่อการแข่งขันกับสถาบันสอนภาษาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิม

- หลักสูตรการสอนอาจไม่ครอบคลุมความต้องการของผู้เรียนในระดับต่างๆ เนื่องจากปัจจุบันทางมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนต่างๆ ก็มีการจัดทำหลักสูตรภาษาจีนแนวใหม่ ที่มีความหลากหลายของหลักสูตรวิชาเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้เรียนบางกลุ่ม

- การเปิดสถาบันสอนภาษาต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และต้องมีเทคโนโลยี สื่อการสอน และหลักสูตรที่ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงการนำเงินมาใช้ในการประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้สนใจรู้จักและภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน

### 2.5.3 โอกาส

- การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ตลาดต้องการผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาจีนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสาธารณรัฐประชาชนจีนก็มีแนวโน้มเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลกับนานาชาติมากยิ่งขึ้น

- กระแสความนิยมของการเรียนภาษาจีนมีมากขึ้นเพราะประเทศไทยกำลังเป็นส่วนหนึ่งของ AEC หรือ Asean Economic Community (ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน) และ Free trade agreement (FTA) ระหว่างประเทศจีนมากขึ้น ทำให้มีความต้องการที่จะเรียนภาษาและวัฒนธรรมจีน เพื่อจะ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

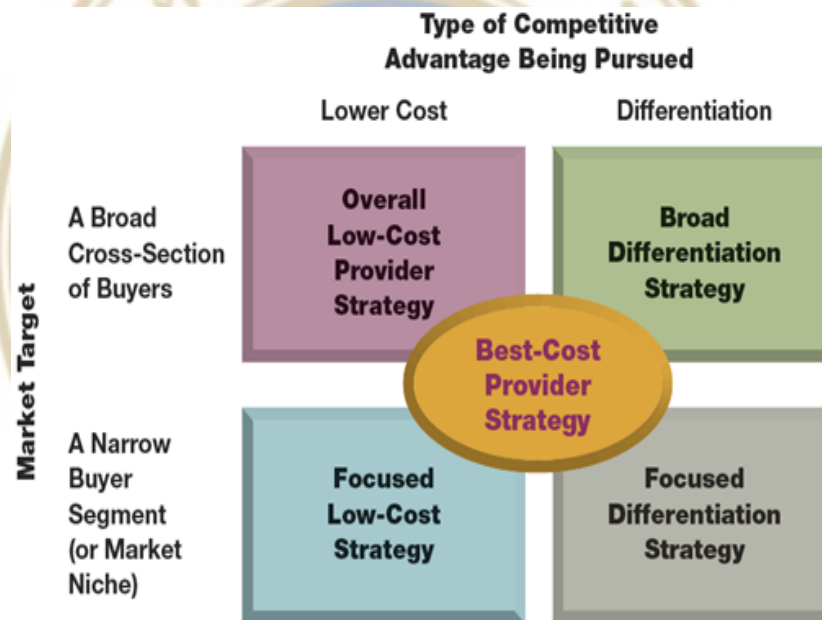


- ธุรกิจประเภทนี้กำลังได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน และมีแนวโน้มความต้องการที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยระบบการเรียนการศึกษาและการประกอบอาชีพในปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง สร้างความตื่นตัวในกลุ่มผู้เรียน ในการเรียนภาษาที่สามมากขึ้น รองจากภาษาอังกฤษ
- สถาบันสอนภาษาเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม เพราะจดทะเบียนเป็นธุรกิจ ที่ให้บริการทางการศึกษาในประเทศไทย
- มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน ในการดำเนินงานด้านภาษาและศิลปวัฒนธรรมจีน อาทิเช่น สมาคมต่างๆในประเทศไทย การลงนามความร่วมมือของสถาบันการศึกษาของทั้งสองประเทศ

#### 2.5.4 อุปสรรค

- สถาบันสอนภาษาต่างชาติพัฒนาวิชาและผู้สอนให้มีความหลากหลาย และมีเทคนิคต่างๆมากขึ้น เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้เรียน อิทธิพลการบอกต่อกันในหมู่ นักเรียนมีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนอย่างมาก
- การเข้ามาควบคุมการดำเนินธุรกิจของสถาบัน ภาษาของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น
- การแข่งขันสูงและคู่แข่งที่มีศักยภาพทางการแข่งขัน รวมถึงสถาบันการศึกษาที่มีอยู่เดิม ที่มีชื่อเสียง และสาขาที่มากกว่า
- สถาบันสอนภาษาจีนที่มีอยู่เดิมรายใหญ่มีความชำนาญ รวมถึงเม็ดเงินการลงทุนในตลาดธุรกิจมากกว่ารายย่อย
- ความไม่มั่นคงด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศ
- มีการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น ส่งผลให้จำนวนผู้มาใช้บริการด้านภาษาและด้านวัฒนธรรมจีนมีจำนวนลดลง
- ปัญหาค่าครองชีพสูงขึ้น และรายได้ประชาชนลดลง ส่งผลให้การกวาดวิชาที่ลดลงตามไปด้วย

จากการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ อุตสาหกรรม และตลาดพบว่า ในธุรกิจประเภทนี้ เรื่องความน่าเชื่อถือ คุณภาพ และความแตกต่างเป็นสิ่งสำคัญ ที่สามารถดึงดูดและมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้ อีกทั้งการบริการที่ครบวงจรและยอดเยี่ยม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ จากปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวทางสถาบันของเราจึงได้นำมาเป็นการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร โดยใช้กลยุทธ์ “Dual Best-Cost strategy” ซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการที่ครบวงจรอย่างมีคุณภาพ และพร้อมมอบคุณค่าประสบการณ์ระดับเหนือระดับให้แก่ลูกค้า แต่ก็ยังคงความเป็นสถาบันภาษาที่ราคาเป็นกันเอง ซึ่งกลยุทธ์นี้สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับทางสถาบันฯ และทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการตามราคาที่ลูกค้าพอใจ ซึ่งในอนาคตสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าของสถาบันฯ ให้มากขึ้นควบคู่กับการนำเทคโนโลยีในปัจจุบันอย่างสื่อมีเดียต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจอีกด้วย แสดงไว้ในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ

## บทที่ 3

### แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการบริการ

#### 3.1 รูปแบบการจัดตั้ง

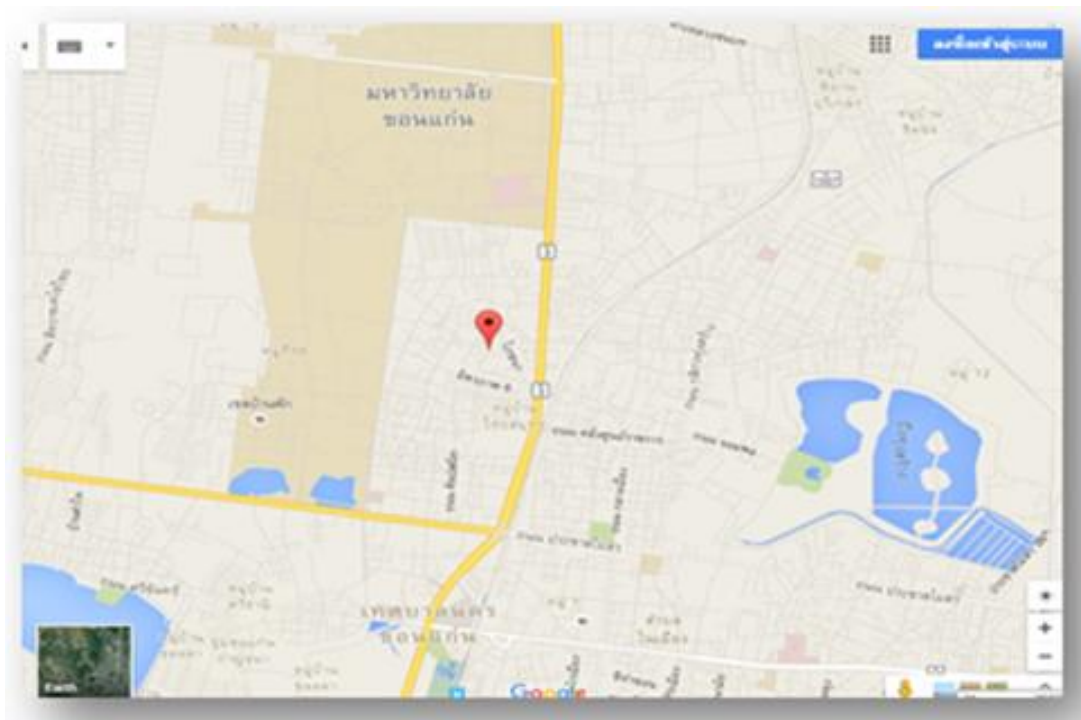
สถานที่ตั้งบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไซนิส” อาคารพาณิชย์สามชั้น ไม่มีชั้นลอย ขนาดมาตรฐาน 4×12 เมตร ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เดินทางสะดวก ใกล้ร้านค้าสะดวก ซื่อ ตลาด และมหาวิทยาลัย สัจจระสะดวก มีรถประจำทางผ่าน สาย 16 (สีแดง) และรถแท็กซี่ แสดงไว้ในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 อาคารบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไซนิส”

#### 3.2 สถานที่ตั้ง

16/27 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 แสดงไว้ในภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 แผนที่สถานที่ตั้งบ้านภาษาจีน “ชีเครีท ไชนิส”

### 3.3 แผนผังอาคาร

บ้านภาษาจีน “ชีเครีท ไชนิส” เป็นอาคารพาณิชย์สามชั้น 4×12 เมตร พื้นที่ใช้สอยภายใน ตามมาตรฐานทั่วไป หน้ากว้าง 4.00 เมตร ลึก 12.00 เมตร/ห้องชั้นล่างเปิดโล่ง เพดานสูง 3.500 เมตร ไม่มีชั้นลอย โดยแบ่งส่วนต่างๆภายในอาคารดังนี้

ชั้นหนึ่ง คือ ส่วนหน้า ประชาสัมพันธ์ ติดต่อสอบถาม รวมถึงแนะนำหลักสูตรเรียนต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย

- โต๊ะทำงาน
- เก้าอี้
- โน้ตบุ๊ก

ชั้นหนึ่ง ส่วนกลาง ใช้เป็นห้องเรียน A ซึ่งประกอบไปด้วย

- โต๊ะเรียน
- โน้ตบุ๊ก
- โปรเจคเตอร์
- กระดานไวท์บอร์ด
- ปากกาไวท์บอร์ด และแปรงลบกระดาน

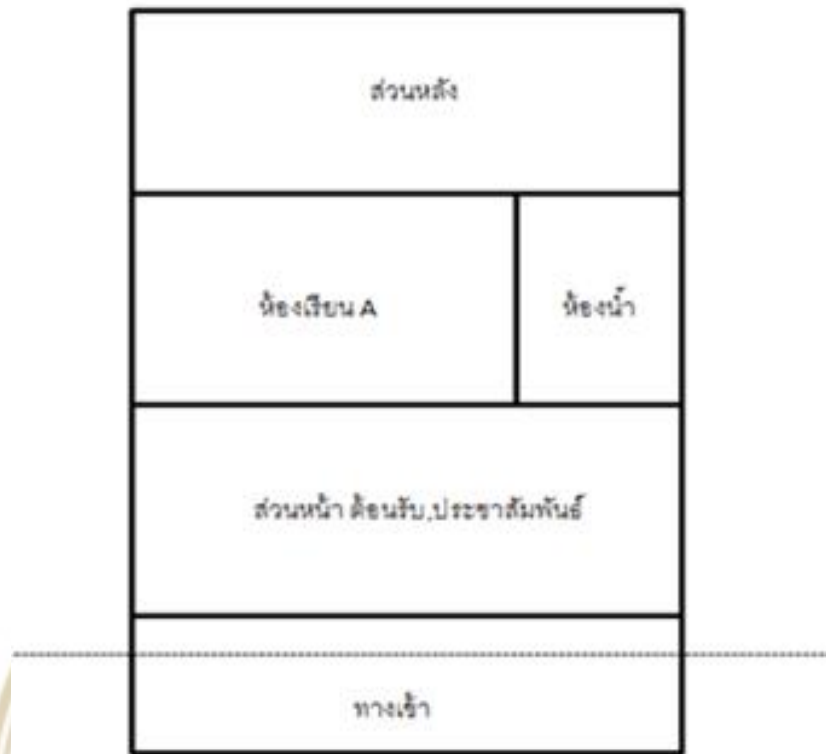
ชั้นสอง แบ่งออกเป็น 2 ห้อง ประกอบไปด้วยห้องเรียน B ซึ่งประกอบไปด้วย

- โต๊ะเรียน
- โน้ตบุ๊ก
- โปรเจคเตอร์
- กระดานไวท์บอร์ด
- ปากกาไวท์บอร์ด และแปรงลบกระดาน

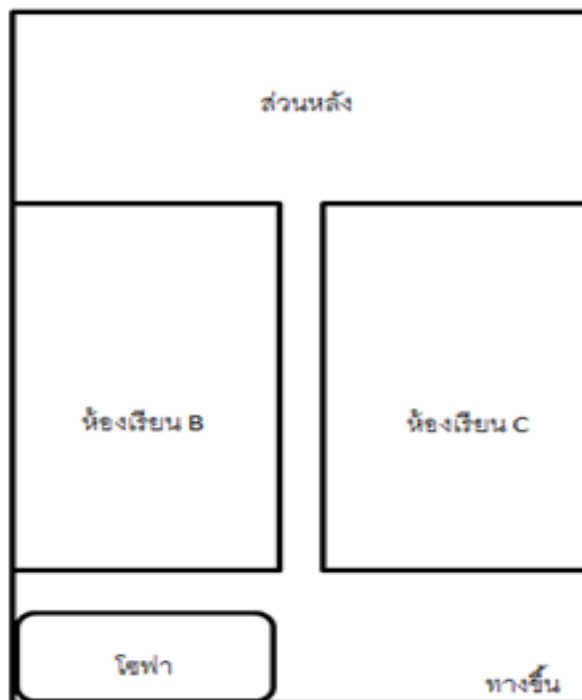
ชั้นสอง ห้องเรียน C ซึ่งประกอบไปด้วย

- โต๊ะเรียน
- โน้ตบุ๊ก
- โปรเจคเตอร์
- กระดานไวท์บอร์ด
- ปากกาไวท์บอร์ด และแปรงลบกระดาน

ซึ่งการแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารทั้ง 3 ชั้นนั้น มีลักษณะของแปลน แสดงไว้ในภาพที่ 3.3 และภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.3 ผังอาคารชั้นหนึ่ง



ภาพที่ 3.4 ผังอาคารชั้นสอง



### 3.4 กระบวนการดำเนินงาน

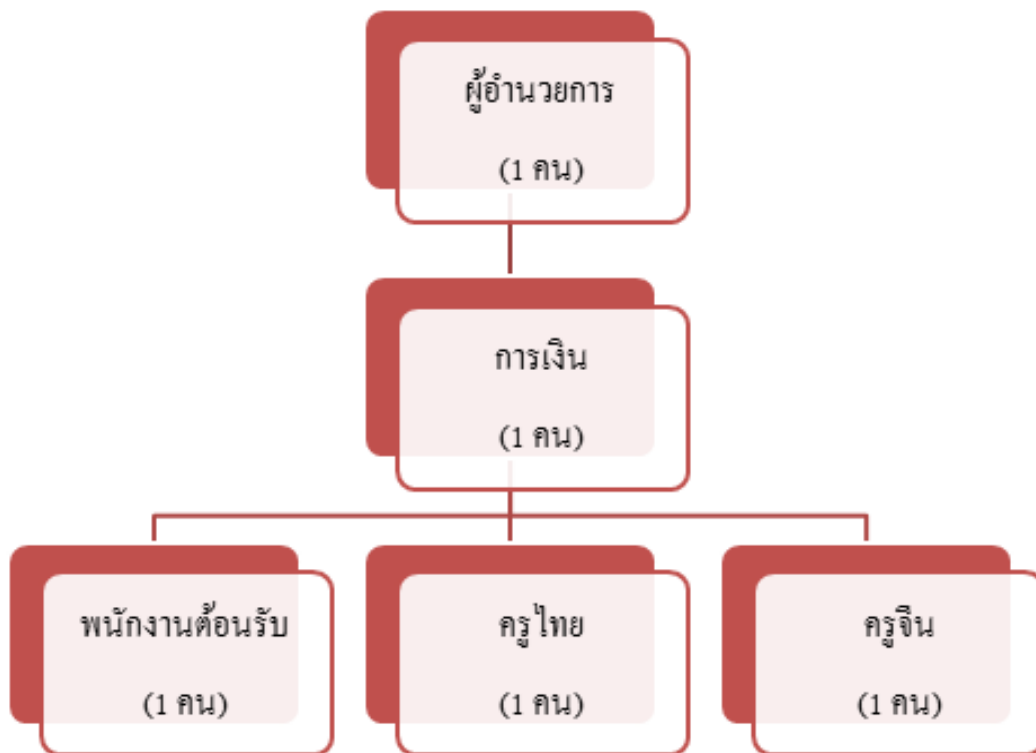
กระบวนการการดำเนินงานและการบริการของบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไซนิส” มีดังต่อไปนี้ ลูกค้านำเงินมาเข้ามาสอบถามรายละเอียดหลักสูตรเรียนต่างๆ รวมถึง ค่าภาษาจีนและการศึกษาต่อภาษาจีน ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน แล้วเปิดจองหลักสูตรต่างๆแก่ผู้สนใจสมัครเรียน และให้ลูกค้ายืนยันการจอง ลงทะเบียนผู้เรียน พร้อมทั้งชำระเงินผ่านหน้าเคาเตอร์ ซึ่งทั้งนี้ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิตได้ หลังจากให้ลูกค้ารับหนังสือพร้อมตารางเรียน สุดท้ายยั้งวันเริ่มเรียนและเข้าเรียนได้ แสดงไว้ในภาพที่ 3.5



ภาพที่ 3.5 กระบวนการการดำเนินงานและการบริการของบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไซนิส”

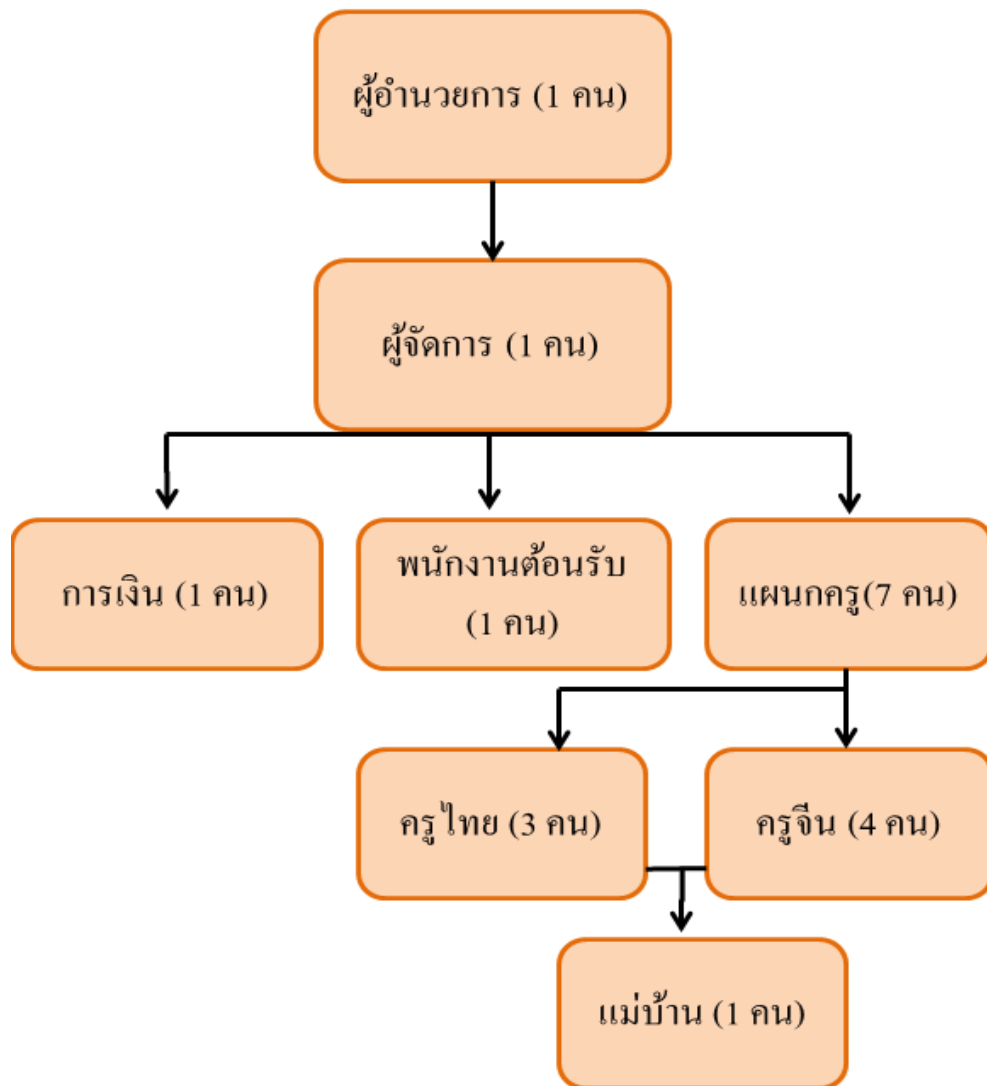
### 3.5 โครงสร้างองค์กร

ในแผนระยะเริ่มต้นจะมีผู้อำนวยการ 1 คน, บัญชีการเงิน 1 คน, พนักงานต้อนรับ 1 คน ครูคนไทย 1 คน, ครูคนจีน 1 คน แสดงไว้ในภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.6 โครงสร้างองค์กรในปีที่ 1

ในระยะ 5 ปีต่อมาจะมีการขยายกิจการและปรับโครงสร้างองค์กรขึ้นมาใหม่โดยมี ผู้อำนวยการ 1 คน, ผู้จัดการ 1 คน, บัญชีการเงิน 1 คน, พนักงานต้อนรับ 1 คน, ครูคนไทย 3 คน, ครูคนจีน 4 คน, และแม่บ้าน 1 คน แสดงไว้ในภาพที่ 3.7



ภาพที่ 3.7 โครงสร้างองค์กรในปีที่ 5

## บทที่ 4

### แผนการตลาด

เนื่องจากบ้านภาษาจีน “ซีเครีท ไซนิส” เพิ่งเริ่มก่อตั้ง และการจัดการเรียนการสอนแบบกันเองในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเริ่มแรกอาจจะยังไม่มีผู้คนที่รู้จักไม่มากนัก ผู้ที่สนใจเรียนภาษาจีนอาจจะไม่คึกคัก ดังนั้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้น จึงได้กำหนดแผนการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ชื่อเสียงของบ้านภาษาจีน “ซีเครีท ไซนิส” เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และแพร่หลายมากยิ่งขึ้นทั้งในจังหวัดขอนแก่นเอง รวมถึงจังหวัดใกล้เคียง มีดังต่อไปนี้

#### 4.1 การแบ่งส่วนการตลาด

##### 4.1.1 การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิภาค

ธุรกิจกวดวิชาบ้านภาษาจีน “ซีเครีท ไซนิส” จัดตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากมาย รวมถึงใกล้กับโรงพยาบาล สถาบันการศึกษา และทำอากาศยานขอนแก่น เพื่อตอบสนองสังคมเมืองที่มีการแข่งขันทางการศึกษาและการทำงาน

##### 4.1.2 การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

- อายุ เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป ที่เป็นกลุ่มเด็กนักเรียนก่อนปฐมวัยและนักเรียนนักศึกษา เพราะเป็นกลุ่มอายุที่ผู้ปกครองให้การสนับสนุนทางการศึกษาเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นวัยการเรียนรู้กิจกรรมต่างๆ
- เพศ อัตราส่วนมีแนวโน้มว่าเพศหญิงจะมีการสนใจใฝ่หาความรู้ทางวิชาการมากกว่าเพศชาย
- ระดับรายได้ และสถานภาพทางสังคม นักเรียนที่สมัครกวดวิชาที่บ้านภาษาจีน “ซีเครีท ไซนิส” มีรายได้ในครอบครัวรวมกันตั้งแต่ 30,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป เพราะเป็นกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้เพียงพอที่สามารถส่งเสริมกวดวิชาแก่บุตรหลานได้

#### 4.1.3 การแบ่งส่วนตลาดตามจิตนิสัย

- กลุ่มลูกค้าที่ดำรงชีวิตตามแบบวิถีคนเมือง
- กลุ่มลูกค้าที่สนใจทางด้านภาษาและศิลปะ
- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในสังคม
- กลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในภาพลักษณ์ของตนเองต่อสังคมรอบข้าง

#### 4.1.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมผู้บริโภค

- กลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อการศึกษา
- กลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญต่อการศึกษา

## 4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

### 4.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

คือ นักเรียนอายุระหว่าง 4-18 ปี สัดส่วนประมาณ 70% โดยนักเรียนกลุ่มนี้แบ่งเป็นนักเรียนระดับชั้นอนุบาล นักเรียนระดับชั้นประถม นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

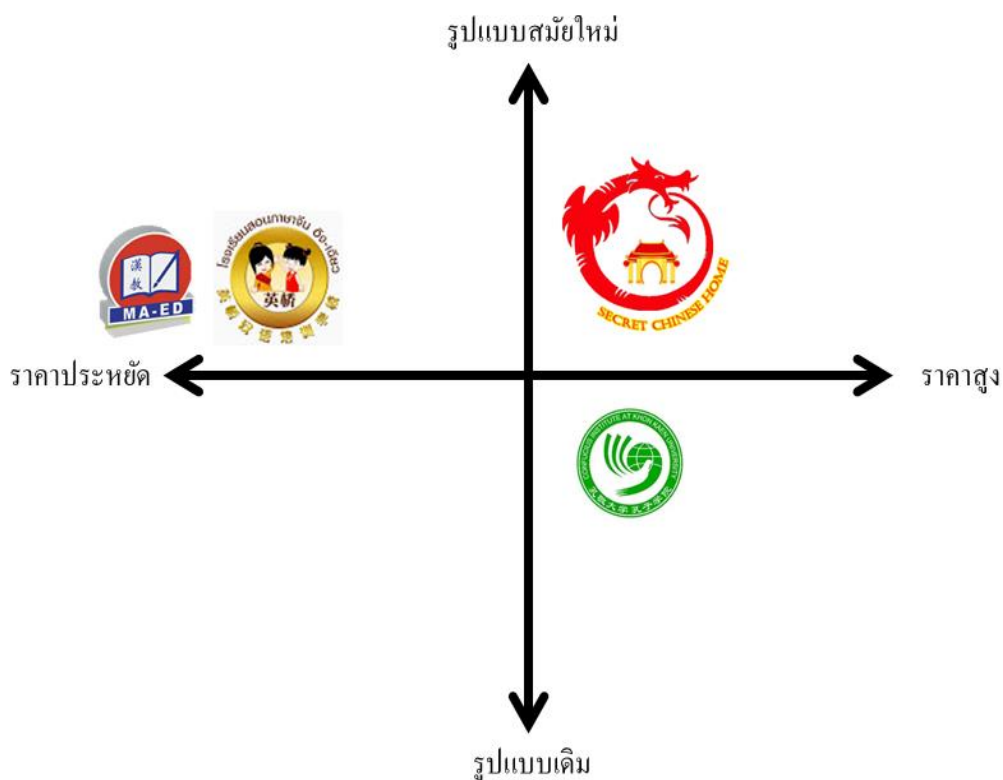
### 4.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

คือ ผู้ที่สนใจศึกษาภาษาจีนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สัดส่วนประมาณ 30 % โดยสามารถแบ่งออกเป็น นักศึกษามหาวิทยาลัย พนักงานของรัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่สนใจศึกษาภาษาจีนทั่วไป

## 4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด

ในส่วนของการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่งจะเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งสถาบันกวดวิชาในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ โรงเรียนสอนภาษาจีน อิง-เฉียว, สถาบันขงจื้อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, โรงเรียนภาษาจีนศึกษา (MA-ED) แสดงไว้ในภาพที่ 4.1





ภาพที่ 4.1 การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

#### 4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

##### 4.4.1 กลยุทธ์ด้านการสินค้าและบริการ

บ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไชนีส” เป็นสถาบันกวดวิชาภาษาจีนที่มุ่งเน้นความแตกต่างให้กับผู้เรียน เน้นคุณภาพทางวิชาการ และกิจกรรมนันทนาการการเรียนรู้วัฒนธรรมและภาษาจีนควบคู่กันไป เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความสุขสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อและจำเจกับการเรียนภาษารูปแบบเดิมๆ ที่เน้นแต่วิชาการเพียงอย่างเดียว อีกทั้งราคาก็สมเหตุสมผลที่ไม่สูงเกินไปนัก เหมาะสมกับคุณภาพที่ผู้เรียนจะได้รับประโยชน์ มีหลักสูตรให้ผู้เรียนเลือกให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนเอง โดยมีอาจารย์ผู้สอนทั้งชาวไทยและชาวจีน ซึ่งที่บ้านภาษาจีนจะมุ่งเน้นการสอนสด ไม่เน้นเรียนรู้จากการอัดวิดีโอทางโทรทัศน์ อีกทั้งผู้เรียนสามารถเลือกความต้องการได้ว่าต้องการเรียนแบบกลุ่มหรือตัวต่อตัว และในระดับชั้นเรียนก็จะแบ่งกลุ่มย่อยๆ ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างเข้าใจ และอาจารย์ผู้สอนก็สามารถสนใจผู้เรียนได้อย่างทั่วถึง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการซักถามและกิจกรรมทางการเรียนรู้อีกด้วย โดยแบ่งตามหลักสูตรดังนี้

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับเด็กเล็กอายุระหว่าง 4-7 ปี**

ใช้เทคนิคพิเศษช่วยเด็กๆพัฒนาการเรียนรู้ เน้นการฟัง การพูด การอ่านและการออกเสียงใน ระบบพินอิน (PINYIN) บรรยายภาคนในห้องเรียนเน้นความสนุกสนานและง่ายต่อการเข้าใจ เด็กๆจะ เรียนผ่านรูปภาพอันหลากหลาย การร้องเพลง การเล่นเกมกับคุณครูและเพื่อนๆ

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับเด็กโตอายุระหว่าง 8-10 ปี**

หลักสูตรนี้จะช่วยพัฒนาพื้นฐานภาษาจีนสำหรับเด็ก เน้นการฟัง พูด อ่าน เล่าเรื่องเกี่ยวกับตนเอง เน้นคำศัพท์ และการออกเสียง มีกิจกรรมที่ช่วยให้พวกเขาได้เรียนรู้วัฒนธรรมของจีน เช่นการวาด ภาพพู่กันจีน ไร่ไทเก๊ก ร้องเพลงจีนพร้อมเรียนรู้คำศัพท์ และพาพวกเขาฝึกใช้ภาษาจีนสำหรับ ชีวิตประจำวัน และหัวข้อที่เหมาะสมกับอายุ

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย**

หลักสูตรนี้เหมาะกับเด็กนักเรียนที่ไม่มีพื้นฐานภาษาจีน นักเรียนจะได้เรียนเรื่องการออกเสียงใน ระบบพินอิน บทเรียนต่างๆเน้นเรื่องคำศัพท์ 110 คำที่ใช้ในชีวิตประจำวัน, ตัวอักษรภาษาจีน 100 ตัว และ ประโยคง่ายๆ 30 ประโยค นักเรียนจะได้รับเทคนิคการจำคำศัพท์ภาษาจีนและหลัก ไวยากรณ์จากคุณครูเพื่อให้เรียนรู้ได้ง่ายขึ้น พร้อมกิจกรรมนันทนาการประกอบการเรียนรู้

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนมัธยมตอนต้น**

หลักสูตรนี้จะช่วยเพิ่มความสามารถด้านการฟัง การอ่าน การพูด และการเขียน บทเรียนต่างๆจะเน้น ไปที่คำศัพท์ บทสนทนา วลีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน นักเรียนจะสามารถอ่านและเขียนบทความต่างๆ สามารถเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจหลากหลายหัวข้อโดยใช้คำศัพท์ 255 คำและวลีที่ใช้ประจำ นอกจากนี้คุณครูจะสอนตัวอักษรจีนอีก 230 ตัว และประโยคพื้นฐาน 50 ประโยค นักเรียนจะสามารถประยุกต์ใช้สิ่งที่เรียนจากห้องเรียน ในชีวิตประจำวัน พร้อมกิจกรรมนันทนาการ ประกอบการเรียนรู้

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับนักเรียนมัธยมตอนปลาย**

ภาพรวมของไวยากรณ์ภาษาจีน , การเรียงลำดับคำขั้นพื้นฐาน, การใช้ประโยคขั้นพื้นฐาน, ภาพรวม ของไวยากรณ์ภาษาจีน, ส่วนวนเกี่ยวกับวันและเวลา, การอ่านนาฬิกาและเวลา, ค่าเวลา, นุพบท เกี่ยวกับเวลา, วิธีใช้คำนาม, การใช้คำนามกับคำนาม, การใช้คำนามกับคำกริยา, การใช้คำนามกับ กรรม

ซึ่งนอกจากกิจกรรมในห้องเรียนทางวิชาการแล้ว ยังมีกิจกรรมนันทนาการเสริมสร้าง ความรู้วัฒนธรรมของจีนอีกด้วย เช่น Chinese Camp การจัดเข้าค่ายภาษาจีน การเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรมด้วยตนเองที่สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต ณ ดินแดนของ เจ้าของภาษาอย่างแท้จริง

● **หลักสูตรสำหรับจีนกลางสำหรับบุคคลทั่วไปที่สนใจเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ**

ขั้นต้น ปูพื้นฐานการออกเสียง ด้วยระบบออกเสียงพินอิน (PINYIN) และการฟังและพูดภาษาจีนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และขั้นต่อไป เพื่อฝึกฝนทักษะการฟังและพูดภาษาจีนที่เกี่ยวกับธุรกิจ พร้อมกิจกรรมนันทนาการประกอบการเรียนรู้ และกิจกรรมค่ายภาษาจีน

**4.4.2 กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา**

ในการกำหนดราคา เพื่อแสดงจุดประสงค์และใช้เป็นสิ่งที่โน้มน้าวใจของผู้ที่จะเลือกเรียนและให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ท่าเลที่ตั้ง กลุ่มเป้าหมายและเป้าหมายของธุรกิจ โดยการกำหนดราคาของหลักสูตรของบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส” กำหนดในอัตราที่ไม่สูง เน้นคุณภาพและชั่วโมงการสอน คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ เพื่อตอบสนองความคุ้มค่าที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ อีกทั้งสามารถจำแนกราคาแต่ละหลักสูตร แสดงไว้ในตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** รายละเอียดการกำหนดราคาของบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส”

หลักสูตร	จำนวนชั่วโมง	ราคา	ตำราเรียน/ชุด
หลักสูตรที่ 1 จีนกลางสำหรับเด็กเล็ก	20	4,500	1
หลักสูตรที่ 2 จีนกลางสำหรับเด็กโต	20	4,500	1
หลักสูตรที่ 3 จีนกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย	20	4,500	1
หลักสูตรที่ 4 จีนกลางสำหรับมัธยมตอนต้น	20	4,000	1
หลักสูตรที่ 5 จีนกลางสำหรับมัธยมตอนปลาย	20	4,000	1
หลักสูตรที่ 6 จีนกลางสำหรับบุคคลทั่วไป	20	4,000	1

อีกทั้งในการสมัครเรียนกับทางบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ต ไซนิส” จะมีหนังสือเรียนตามระดับของผู้เรียน และกระเป๋าผ้าให้กับทางผู้เรียนด้วย แสดงไว้ในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างตำราเรียนพร้อมกระเป๋าผ้าบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไชนีส”

#### 4.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไชนีส” ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบร้านเดี่ยว (stand-alone) โดยตั้งอยู่ที่ 16/27 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองขอนแก่น เดินทางสะดวก ใกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ ตลาด โรงพยาบาล สนามบินและมหาวิทยาลัย สัจจระสะดวก มีรถประจำทางผ่าน สาย 16 (สีแดง) และรถแท็กซี่ และทางบริษัทจะจัดทำเว็บไซต์สำหรับการติดต่อสอบถามหรือการจองหลักสูตรเรียน โดยใช้ชื่อว่า [www.secretchinesehome.com](http://www.secretchinesehome.com) รวมถึง webpage ผ่านทาง Facebook และ Instagram

#### 4.4.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

ทางบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไชนีส” จะจัดทำโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง โดยวิธีการดังต่อไปนี้

- **Between the line** คือ การทำการตลาดโดยใช้ช่องทางของ Internet เป็นสื่อกลางไปถึงผู้ที่สนใจทางด้านภาษาจีน ซึ่งบริษัทฯ จะทำการการตลาดดังนี้

เว็บไซต์ จะจัดทำ [www.secretchinesehome.com](http://www.secretchinesehome.com) ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางสำหรับผู้ที่สนใจในการติดต่อสอบถาม การจองหลักสูตรภาษาจีนที่สนใจได้ รวมถึงรายละเอียด โปรโมชั่นต่างๆ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ของทางบ้านภาษาจีน “ซีเคร็ท ไชนีส”

Social network จัดทำ web page ใน เว็บไซต์ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) และ การลงรูปประชาสัมพันธ์ทาง Instagram เพื่อเป็นช่องทางที่สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆของบ้านภาษาฯ ที่ต้องการสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ติดตาม Page



● **Below the line** เป็นการสื่อสารสองทางกับผู้บริโภคในรูปแบบของการจัดกิจกรรมตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ที่มีจำนวนและขนาดจำกัด ดังนี้

ออกนุทประชาสัมพันธ์ โดยทางบ้านภาษาจีน “ซีเคีร์ท ไชนีส” จะมีการออกนุทตามโรงเรียนชั้นนำต่างๆ ในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง เช่น โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย โรงเรียนขอนแก่นวิทยายน โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยขอนแก่น โรงเรียนอนุบาลขอนแก่น โรงเรียนมหาไถ่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น และจัดงานสัมมนาและกิจกรรมแนะแนวด้านการศึกษา CRM & CEM รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านบูธ ณ งานตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา ณ หอประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีการจัดขึ้นปีละ 1 ครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นงานนิทรรศการเกี่ยวกับการแนะแนวการศึกษาที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงไว้ในภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 งานนิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา ณ หอประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น



## บทที่ 5 แผนการเงิน

### 5.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน

#### (ประมาณการทางการเงินของกิจการในอนาคต 5 ปี)

##### สมมติฐานในการคำนวณ

- อาคารพาณิชย์สามชั้น ไม่มีชั้นลอย ขนาดมาตรฐาน 4×12 เมตร เป็นสินทรัพย์เดิมของเจ้าของโครงการ
- ค่าดำเนินการตกแต่งภายในอาคาร 3 ชั้น รวมพื้นที่ 4×12 เมตร ประมาณการค่าตกแต่งทั้งสิ้น 1,300,000 บาท ซึ่งรวมถึงงานระบบไฟฟ้า งานระบบประปา วัสดุก่อสร้าง โตะ แก้ว กระดานดำ บอร์ดประกาศ เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งทั้งหมด
- ค่าซอฟต์แวร์โปรแกรม E-learning และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ 140,000 บาท
- ประมาณการจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ เดิมโตแต่ละปีร้อยละ 15
- ประมาณการค่าหลักสูตรอัตราค่าเล่าเรียนเพิ่มขึ้นต่อปีร้อยละ 5
- ประมาณการยอดขายการจัดค่ายภาษาจีน เดือนละ 15,000 บาท
- การขายหลักสูตรเป็นเงินสดร้อยละ 100
- ค่าสาธารณูปโภคเดือนละ 19,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 5
- อัตราเงินเดือนพนักงาน เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 5
- แหล่งเงินทุน มาจากการระดมทุนจากหุ้นส่วนของบริษัท จำนวน 100 หุ้น หุ้นละ 30,000 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทุนทั้งหมด 3,000,000 บาท
- ลงทุนในสินทรัพย์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 808,500 บาท
- เงินทุนหมุนเวียนในกิจการ 300,000 บาท โดยเป็นเงินส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด
- รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน 1,560,000 บาท
- อัตราภาษี Tax Rate ปี 2556 - 2559 ร้อยละ 20
- นโยบายการจ่ายปันผลร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิตั้งแต่วันที่ 6 เป็นต้นไป เนื่องจากในช่วง 5 ปีแรก บริษัทมีการใช้จ่ายเพื่อการขยายธุรกิจและส่งเสริมการตลาด

## 5.2 ต้นทุนสินค้าและบริการ

### 5.2.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานของบริษัท แบ่งออกดังนี้ รายจ่ายในการเตรียมการ เป็นจำนวนเงินรวม 1,560,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนของโครงการ โดยแสดงตารางค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานแสดงไว้ในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน	จำนวนเงิน (บาท)
<b>ก. รายจ่ายในการเตรียมการ</b>		
1	ค่าจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ	฿35,000
2	ค่าติดต่อราชการขอใบอนุญาตต่างๆ	฿35,000
3	ค่าที่ปรึกษาทางกฎหมาย	฿40,000
4	ค่าปรับปรุงและตกแต่งภายในอาคาร 3 ชั้น	฿1,300,000
5	ค่าซอฟต์แวร์โปรแกรม E-learning และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ	฿100,000
6	ค่าฝึกอบรมพนักงาน	฿50,000
	<b>รวม</b>	<b>฿1,560,000</b>

### 5.2.2 งบต้นทุนโครงการ

งบต้นทุนโครงการเป็นการประมาณรายการสินทรัพย์และจำนวนเงินที่ลงทุนก่อนเริ่มโครงการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาเงินลงทุน ซึ่งอาจมาจากส่วนของผู้ถือหุ้นเอง หรือกู้ยืมเงินมาลงทุน

ตามการประมาณการโครงการลงทุนในการดำเนินการ พบว่า ธุรกิจมีความต้องการเงินทุนรวม 2,668,500 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนมาจากทุนของผู้ถือหุ้นทั้งจำนวน เพื่อเป็นเงินสดหมุนเวียนในกิจการ, เงินลงทุนในสินทรัพย์ และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน โดยแสดงงบต้นทุนโครงการแสดงไว้ในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 งบต้นทุนโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	รวมจำนวน เงินทั้งสิ้น	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
<b>1. เงินทุนหมุนเวียน</b>				
1.1 เงินสด (สำรองในการดำเนินงาน)	300,000	-	-	300,000
<b>รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)</b>	<b>300,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>300,000</b>
<b>2. สินทรัพย์ถาวร</b>				
2.1 เครื่องใช้สำนักงาน และ อุปกรณ์การศึกษา	500,000	-	-	500,000
2.2 อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	250,000	-	-	250,000
2.3 เครื่องปรับอากาศ	45,000	-	-	45,000
2.4 โทรศัพท์	10,000	-	-	10,000
2.5 โทรศัพท์และแฟกซ์	2,000	-	-	2,000
2.6 เครื่องบันทึกเทป	1,500	-	-	1,500
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร (2)</b>	<b>808,500</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>808,500</b>
<b>3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน</b>				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	1,560,000	-	-	1,560,000
<b>รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)</b>	<b>1,560,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,560,000</b>
<b>รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1)+(2)+(3)</b>	<b>2,668,500</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,668,500</b>

### 5.2.3 รายได้จากการขายหลักสูตร ปีที่ 1 – 5

การพยากรณ์การขายหลักสูตรและจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยมีรายละเอียดและเงื่อนไข ดังนี้

- ประเมินการลูกค้ามาใช้บริการและเลือกซื้อหลักสูตร โดยเพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 15
- รายได้จากการขายหลักสูตร โดยเติบโตปีละร้อยละ 20
- อัตราค่าหลักสูตรเพิ่มขึ้นปีละ 5 ปี
- ประเมินการยอดขายการจัดค่ายาจีน เดือนละ 15,000 บาท
- การขายสินค้าเป็นเงินสดร้อยละ 100

โดยแสดงตารางประมาณการรายได้จากการขายหลักสูตร ปีที่ 1 – 5

แสดงไว้ในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ประมาณการรายได้จากการขายหลักสูตร ปีที่ 1 – 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>จำนวนลูกค้าใช้บริการ</b>					หน่วย:คน
หลักสูตรที่ 1 จินกลางสำหรับเด็กเล็ก	170	196	225	259	297
หลักสูตรที่ 2 จินกลางสำหรับเด็กโต	146	168	193	222	255
หลักสูตรที่ 3 จินกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย	98	113	130	149	171
หลักสูตรที่ 4 จินกลางสำหรับมัธยมตอนต้น	88	101	116	134	154
หลักสูตรที่ 5 จินกลางสำหรับมัธยมตอนปลาย	84	97	111	128	147
หลักสูตรที่ 6 จินกลางสำหรับบุคคลทั่วไป	74	85	98	113	129
<b>รวมผู้ให้บริการ</b>	<b>660</b>	<b>759</b>	<b>873</b>	<b>1,004</b>	<b>1,154</b>
<b>ค่าหลักสูตร</b>					หน่วย:คน
หลักสูตรที่ 1 จินกลางสำหรับเด็กเล็ก	4,500	4,725	4,950	5,175	5,400
หลักสูตรที่ 2 จินกลางสำหรับเด็กโต	4,500	4,725	4,950	5,175	5,400
หลักสูตรที่ 3 จินกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย	4,500	4,725	4,950	5,175	5,400
หลักสูตรที่ 4 จินกลางสำหรับมัธยมตอนต้น	4,000	4,225	4,450	4,675	4,900
หลักสูตรที่ 5 จินกลางสำหรับมัธยมตอนปลาย	4,000	4,225	4,450	4,675	4,900
หลักสูตรที่ 6 จินกลางสำหรับบุคคลทั่วไป	4,000	4,225	4,450	4,675	4,900
<b>ค่าหลักสูตรเฉลี่ย</b>	<b>4,250</b>	<b>4,475</b>	<b>4,700</b>	<b>4,925</b>	<b>5,150</b>
<b>รายได้จากการขายหลักสูตร</b>					หน่วย:บาท
หลักสูตรที่ 1 จินกลางสำหรับเด็กเล็ก	765,000	923,737.50	1,112,884	1,337,990	1,605,588
หลักสูตรที่ 2 จินกลางสำหรับเด็กโต	657,000	793,328	955,771	1,149,097	1,378,917
หลักสูตรที่ 3 จินกลางสำหรับนักเรียนประถมปลาย	441,000	532,508	641,545	771,312	925,574
หลักสูตรที่ 4 จินกลางสำหรับมัธยมตอนต้น	352,000	427,570	517,891	625,688	754,171
หลักสูตรที่ 5 จินกลางสำหรับมัธยมตอนปลาย	336,000	408,135	494,351	597,248	719,891
หลักสูตรที่ 6 จินกลางสำหรับบุคคลทั่วไป	296,000	359,548	435,499	526,147	634,190
ยอดขายการจัดค่ายาจีน	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
<b>รวมรายได้จากค่าหลักสูตร</b>	<b>3,027,000</b>	<b>3,624,825</b>	<b>4,337,940</b>	<b>5,187,481</b>	<b>6,198,331</b>
ประมาณการลูกหนี้การค้า					
ขายด้วยเงินสด	-	-	-	-	-
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า	-	-	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-	-	-
<b>เงินเฉลี่ยจบลูกหนี้การค้า (บาท)</b>	<b>3,027,000</b>	<b>3,624,825</b>	<b>4,337,940</b>	<b>5,187,481</b>	<b>6,198,331</b>

#### 5.2.4 ต้นทุนบริการและต้นทุนขาย

จากการคำนวณโดยใช้สมการสูตรของ Excel การเพิ่มขึ้น 5% ต่อปีของการประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขายตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 รวมต้นทุนในการบริหารงานตั้งแต่ปีที่ 1 คือ 2,252,000 บาท ได้เพิ่มขึ้น 5% เป็น 2,338,000 บาท ในปีที่สอง และเป็น 2,429,940 บาทในปีที่ 3 และเป็น 2,525,637 บาท ในปีที่ 4 และเป็น 2,626,120 บาท ในปีที่ 5 โดยแสดงตารางประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขายแสดงไว้ในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 ประมาณการต้นทุนบริการและต้นทุนขาย

รายการ	หน่วย:บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ครูไทย ค่าเดือน	25,000	26,250	27,563	28,941	30,388
ครูจีน ค่าเดือน	27,000	28,350	29,763	31,256	32,819
ผู้อำนวยการ ค่าเดือน	22,000	23,100	24,255	25,468	26,741
พนักงานต้อนรับ ค่าเดือน	16,000	16,800	17,640	18,522	19,448
บัญชีการเงิน ค่าเดือน	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
<b>รวมค่าแรงในการบริการต่อเดือน</b>	<b>108,000</b>	<b>113,400</b>	<b>119,071</b>	<b>125,024</b>	<b>131,275</b>
<b>รายการ</b>					
ครูไทย	300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
ครูจีน	324,000	340,200	357,210	375,071	393,824
ผู้อำนวยการ	264,000	277,200	291,060	305,613	320,894
พนักงานต้อนรับ	192,000	201,600	211,680	222,264	233,377
บัญชีการเงิน	216,000	226,800	238,140	250,047	262,549
<b>รวมค่าแรงในการบริการต่อปี</b>	<b>1,296,000</b>	<b>1,360,800</b>	<b>1,428,840</b>	<b>1,500,283</b>	<b>1,575,296</b>
ค่าเอกสารเพื่อประกอบการเรียนการสอน	128,000	134,400	141,120	148,176	155,585
ค่าน้ำประปาในการบริการ	48,000	50,400	52,920	55,566	58,344
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
ค่าซอฟต์แวร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การศึกษา	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องใช้	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
<b>รวมต้นทุนบริการและต้นทุนขาย</b>	<b>956,000</b>	<b>973,800</b>	<b>992,490</b>	<b>1,012,115</b>	<b>1,032,720</b>
<b>รวมต้นทุนในการบริหารงาน</b>	<b>2,252,000</b>	<b>2,334,600</b>	<b>2,421,330</b>	<b>2,512,395</b>	<b>2,605,016</b>



### 5.2.5 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ทางสถาบันบ้านภาษาจีนฯ มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดรวมในปีแรกอยู่ที่ 80,000 บาท โดยแบ่งค่าใช้จ่ายทางการตลาดออกเป็น 3 หมวดหมู่ ประกอบด้วย

1. งบการจัดโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการขาย
2. งบโฆษณา
3. งบประชาสัมพันธ์

โดยชี้แจงรายละเอียดพร้อมราคาประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาดปีที่ 0-5 แสดงไว้ในตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่ 0-5)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชันเพื่อส่งเสริมการขาย	-	30,000	33,000	36,000	39,000	42,000
ค่าโฆษณา	-	35,000	38,000	41,000	44,000	47,000
ค่าประชาสัมพันธ์	-	15,000	18,000	21,000	24,000	27,000
รวม	-	80,000	89,000	98,000	107,000	116,000
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด		฿ 80,000	฿ 89,000	฿ 98,000	฿ 107,000	฿ 116,000
รวม ฿	490,000					

### 5.2.6 รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ

ทางสถาบันบ้านภาษาจีนฯ มีรายการค่าอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การศึกษา คือ เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์การศึกษา, อุปกรณ์คอมพิวเตอร์, เครื่องปรับอากาศ, โทรศัพท์, โทรศัพท์และแฟกซ์ และเครื่องบันทึกเทป โดยแสดงตารางรายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการแสดงไว้ในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ

หน่วย:บาท				
ลำดับที่	รายการสินทรัพย์ในสำนักงาน	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา /ปี
ก.	ที่ดิน			
	-	-	-	-
	<b>รวมที่ดิน (ก)</b>	-	-	-
ข.	อาคารสำนักงาน			
	-	-	-	-
	<b>รวมอาคารสำนักงาน (ข)</b>	-	-	-
ค.	ค่าอุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์การศึกษา			
	2.1 เครื่องใช้สำนักงาน และ อุปกรณ์การศึกษา	500,000	5	100,000
	2.2 อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	250,000	5	50,000
	2.3 เครื่องปรับอากาศ	45,000	5	9,000
	2.4 โทรศัพท์	10,000	5	2,000
	2.5 โทรศัพท์และแฟกซ์	2,000	5	400
	2.6 เครื่องบันทึกเทป	1,500	5	300
	<b>รวมเครื่องใช้สำนักงาน (ค)</b>	808,500		161,700
	<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>808,500</b>		
	<b>รวมค่าเสื่อม (ก + ข + ค)</b>			<b>161,700</b>

### 5.2.7 การกำหนดค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาที่ใช้ในการคำนวณเป็นแบบเส้นตรง โดยกำหนดค่าเสื่อมของเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์การศึกษา, อุปกรณ์คอมพิวเตอร์, เครื่องปรับอากาศ, โทรทัศน์, โทรศัพท์และแฟกซ์ และเครื่องบันทึกเทป อายุใช้งาน 5 ปี โดยมีค่าเสื่อมเป็นเงินจำนวน 161,700 บาทต่อปี โดยแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมราคาต่างๆ แสดงไว้ในตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ	หน่วย:บาท					รวมมูลค่าสินทรัพย์
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
2.1 เครื่องใช้สำนักงาน และ อุปกรณ์การศึกษา	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	500,000
2.2 อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	250,000
2.3 เครื่องปรับอากาศ	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	45,000
2.4 โทรทัศน์	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	10,000
2.5 โทรศัพท์และแฟกซ์	400	400	400	400	400	2,000
2.6 เครื่องบันทึกเทป	300	300	300	300	300	1,500
<b>รวม (จ)</b>	<b>161,700</b>	<b>161,700</b>	<b>161,700</b>	<b>161,700</b>	<b>161,700</b>	<b>808,500</b>



### 5.3 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน โดยในปีที่ 1 บริษัทฯมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 426,640 บาท พร้อมทั้งมีอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit) อยู่ที่ 3,027,000 บาท โดยแสดงตารางงบกำไรขาดทุน ปีที่ 0-5 แสดงไว้ในตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 งบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2558	ปีที่ 1 พ.ศ. 2559	ปีที่ 2 พ.ศ. 2560	ปีที่ 3 พ.ศ. 2561	ปีที่ 4 พ.ศ. 2562	ปีที่ 5 พ.ศ. 2563	รวม
รายได้ :							
รายได้สุทธิ	-	3,027,000	3,624,825	4,337,940	5,187,481	6,198,331	22,375,576
กำไรขั้นต้น	-	3,027,000	3,624,825	4,337,940	5,187,481	6,198,331	22,375,576
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร :							
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	80,000	89,000	98,000	107,000	116,000	490,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,560,000	2,252,000	2,334,600	2,421,330	2,512,398	2,608,016	13,688,344
รวม ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	1,560,000	2,332,000	2,423,600	2,519,330	2,619,398	2,724,016	14,178,344
EBITDA	- 1,560,000	695,000	1,201,225	1,818,610	2,568,083	3,474,314	8,197,233
หัก ค่าเสื่อมราคา							
ค่าเสื่อมราคา	-	161,700	161,700	161,700	161,700	161,700	808,500
EBIT	- 1,560,000	533,300	1,039,525	1,656,910	2,406,383	3,312,614	7,388,733
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา	-	106,660	207,905	331,382	481,277	662,523	1,789,747
กำไรสุทธิ	- 1,560,000	426,640	831,620	1,325,528	1,925,107	2,650,091	5,598,986
กำไรสะสม	- 1,560,000	- 1,133,360	- 301,740	1,023,788	2,948,895	5,598,986	

## 5.4 รายการแสดงฐานะทางการเงิน

ประกอบด้วย งบแสดงฐานะทางการเงิน, การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Event Point), ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period), มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) โดยมีรายละเอียดต่างๆดังนี้

### 5.4.1 งบแสดงฐานะทางการเงิน

โดยมีรายละเอียดต่างๆซึ่งแจ้งในตารางงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 0-5 (พ.ศ. 2558 - 2563) แสดงไว้ในตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 งบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	300,000	995,000	2,089,565	3,700,270	5,936,971	8,930,009
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	300,000	995,000	2,089,565	3,700,270	5,936,971	8,930,009
<b>สินทรัพย์อาวร</b>						
เครื่องใช้สำนักงานทั้งหมด	808,500	808,500	808,500	808,500	808,500	808,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	- 161,700	- 323,400	- 485,100	- 646,800	- 808,500
<b>รวมสินทรัพย์อาวร</b>	808,500	646,800	485,100	323,400	161,700	-
<b>สินทรัพย์อื่น</b>						
3.1 ราชอาณาจักรเตรียมการ	1,560,000	-	-	-	-	-
3.2 อื่นๆในการใช้สินทรัพย์ (ในการเข้าสำนักงาน)	-	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์อื่น</b>	1,560,000	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,668,500</b>	<b>1,641,800</b>	<b>2,574,665</b>	<b>4,023,670</b>	<b>6,098,671</b>	<b>8,930,009</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>						
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	106,660	207,905	331,382	481,277	662,523
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานค้างจ่าย	1,560,000	-	-	-	-	-
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	1,560,000	106,660	207,905	331,382	481,277	662,523
<b>รวมหนี้สิน</b>	1,560,000	106,660	207,905	331,382	481,277	662,523
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ทุน	2,668,500	2,668,500	2,668,500	2,668,500	2,668,500	2,668,500
บวก ค่าไรสุทธิสะสม	- 1,560,000	- 1,133,360	- 301,740	1,023,788	2,948,395	5,598,986
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	1,108,500	1,535,140	2,366,760	3,692,288	5,617,395	8,267,486
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,668,500</b>	<b>1,641,800</b>	<b>2,574,665</b>	<b>4,023,670</b>	<b>6,098,671</b>	<b>8,930,009</b>



### 5.4.2 งบกระแสเงินสด

โดยมีรายละเอียดต่างๆที่แจ้งในตารางงบกระแสเงินสดปีที่ 0-5 (พ.ศ. 2558 -2563) แสดงไว้ในตารางที่ 5.10 และระยะเวลาคืนทุนแสดงไว้ในตารางที่ 5.11 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนแสดงไว้ในตารางที่ 5.12 และอัตราผลตอบแทนของโครงการแสดงไว้ในตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.10 งบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2558	ปีที่ 1 พ.ศ. 2559	ปีที่ 2 พ.ศ. 2560	ปีที่ 3 พ.ศ. 2561	ปีที่ 4 พ.ศ. 2562	ปีที่ 5 พ.ศ. 2563	รวม
<b>จากกิจกรรมดำเนินงาน</b>							
เงินสดรับ							
รายได้	-	3,027,000	3,624,825	4,337,940	5,187,481	6,198,331	22,375,576
<b>รวมเงินสดรับ</b>	-	3,027,000	3,624,825	4,337,940	5,187,481	6,198,331	22,375,576
<b>จากกิจกรรมลงทุน</b>							
สินทรัพย์ถาวร	808,500	-	-	-	-	-	808,500
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	1,560,000	-	-	-	-	-	1,560,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	-	80,000	89,000	98,000	107,000	116,000	490,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	-	2,252,000	2,334,600	2,421,330	2,512,398	2,608,016	12,128,344
<b>รวมเงินสดจ่ายกิจกรรมลงทุน</b>	2,368,500	2,332,000	2,423,600	2,519,330	2,619,398	2,724,016	14,986,844
ค่าขายเงินคืนบุคคล	-	-	106,660	207,905	331,382	481,277	1,127,224
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>	2,368,500	2,332,000	2,530,260	2,727,235	2,950,780	3,205,293	16,114,067
<b>จากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>							
บวก ทุนของเจ้าของ	2,668,500	-	-	-	-	-	2,668,500
<b>รวมเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	2,668,500	-	-	-	-	-	2,668,500
<b>รวมเงินสดสุทธิ</b>	300,000	695,000	1,094,565	1,610,705	2,236,701	2,993,038	8,930,009
บวก เงินสดออกมา		300,000	995,000	2,089,565	3,700,270	5,936,971	8,930,009
<b>เงินสดคงเหลือยกไป</b>	300,000	995,000	2,089,565	3,700,270	5,936,971	8,930,009	

ตารางที่ 5.11 ระยะเวลาคืนทุน

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
		2558	2559	2560	2561	2562
Cash Flow	- 2,668,500	695,000	1,094,565	1,610,705	2,236,701	2,993,038
Present Value Of Cash Flow	- 2,668,500	668,269	1,011,987	1,431,911	1,911,942	2,460,059
อัตราดอกเบี้ย (คำนวณ Net Present Value)	4% ต่อปี					
เนื่องจากธุรกิจลงทุน จำนวน 2,668,500 บาท และเงินสุทธิในปีที่ 1 จำนวน 695,000 บาท						
= 35.726 เดือน						
= 35.726 เดือน หรือ ประมาณ 2 ปี 10 เดือน						

ตารางที่ 5.12 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value : NPV)	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	= ผลรวมของ Present Value Of Cash Flow 5 ปี - เงินทุนเริ่มต้น
	= (668,269+1,011,987+1,431,911+1,911,942+2,460,059)-2,668,500
	= B 4,815,667.47
	คำนวณด้วย Excel B4,815,667.47

ตารางที่ 5.13 อัตราผลตอบแทนของโครงการ

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)	
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	= 41.91%

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนของบ้านภาษาจีน “ซีเคิร์ท ไซนิส” พบว่าเป็นโครงการที่น่าสนใจ และน่าลงทุน เพราะมูลค่าสุทธิของการลงทุนเป็นบวก อัตราการผลตอบแทนที่จะได้รับการการลงทุนมากกว่าต้นทุนทางการเงินของเจ้าของอยู่ประมาณ ร้อยละ 42 และระยะเวลาคืนทุนประมาณ 3 ปี ถือเป็นระยะเวลาคืนทุนที่สมเหตุสมผล ไม่นานเกินไปนัก

## บทที่ 6

### การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง คือ สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอนเกิดขึ้น หรือแผนงานหรือการดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ โดยก่อให้เกิดความเสียหายแก่ธุรกิจ ทั้งในแง่ของสิ่งที่จับต้องได้ ได้แก่ สินทรัพย์ ระบบการเงิน และในแง่ของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ภาวะลัทธิชื้อเสี่ยงขององค์กรหรือธุรกิจ

การบริหารความเสี่ยง คือ การดำเนินงานหรือกระบวนการที่ถูกออกแบบมาใช้เพื่อระงับหรือการจัดการความเสี่ยง อีกทั้งมีแผนสำรองหรือแผนป้องกันในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือแนวโน้มของปัญหาที่จะเกิดขึ้น สามารถแก้ไขและป้องกันอย่างทันถ่วงที เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายรุนแรงหรือจำนวนมากที่องค์กรหรือธุรกิจยอมรับได้อย่างสมเหตุสมผลและส่งผลต่อความมั่นคงและความเสถียรภาพของธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ

จำแนกชนิดของความเสี่ยงของธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน
2. ความเสี่ยงด้านการตลาด
3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน
4. ความเสี่ยงในการบริหารงานโครงการ
5. ความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์

ซึ่งมีขั้นตอนในการบริหารความเสี่ยงทั้ง 6 ขั้นตอน คือ การระบุถึงความเสี่ยง, การประเมินความเสี่ยง, การตอบสนองของความเสี่ยง, กิจกรรมการควบคุม, การให้ข้อมูลและการสื่อสาร, การปฏิบัติและทบทวน แสดงไว้ในภาพที่ 6.1



ภาพที่ 6.1 ขั้นตอนในการบริหารความเสี่ยง

## 6.1 ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการเงินดังนี้

1. ขาดสภาพคล่องการหมุนเงินสดในบริษัท ทำให้บริษัทมีเงินสดหมุนเวียนไม่ทันสำหรับค่าใช้จ่ายบริษัท
2. การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน เงินเฟ้อหรือมาตรการควบคุม ทำให้มีรายจ่ายเพิ่มมากขึ้น อัตราค่าเงินผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยน
3. การจัดซื้ออุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน ของชำร่วย ซื้อเกินความจำเป็นจัดซื้อของที่ไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ
4. การเปลี่ยนแปลงของการต่อจ่ายของทรัพย์สิน  
ทรัพย์สินไม่ก่อให้เกิดรายได้เนื่องจาก สินทรัพย์ไม่สามารถแปลงเป็นตัวเงิน ที่ไม่ก่อรายรับให้แก่บริษัท

### วิธีการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านการเงิน

1. เตรียมหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น เพื่อกันสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน
2. ทำสัญญาซื้อขายระยะยาวสำหรับสินค้า / อุปกรณ์ต่างๆ และสิ่งของที่จำเป็นที่ราคากลางที่ใช้บริการเฉลี่ยจากผู้ขายมากมาย
3. กำหนดราคาล่วงหน้าประเมินอัตราดอกเบี้ยคาดการณ์ไว้รองรับความเสี่ยง
4. กำหนดให้จัดซื้อภายในวงเงิน งบประมาณ และตามคุณลักษณะเฉพาะที่กำหนด
5. กำหนดให้หน่วยงานรับผิดชอบในการจัดซื้อ กำหนดราคากลางให้เหมาะสม บอกคุณลักษณะเฉพาะให้ชัดเจนและให้เปรียบเทียบราคาซื้อจากแห่งอื่น
6. จัดซื้อสินค้าที่มีตราที่ราคาขายหลังใช้งานแล้วสูง คำนวณค่าเสื่อมราคามากๆเพื่อไว้

## 6.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการตลาดดังนี้

1. ต้นทุนในการทำการตลาด ปัจจุบันการทำตลาดถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บริษัทหรือองค์กรเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า ฉะนั้นแล้วในส่วนการทำตลาดถือว่ามีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่สูง

2. พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสังคมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาจจะเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สะดวกสบาย และเข้าถึงได้ง่ายตลอดเวลา ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนใจหรือหักเหไปในผลิตภัณฑ์หรือการบริการของกลุ่มคู่แข่งได้ง่าย อาทิเช่น การเรียนภาษาที่สามในปัจจุบัน นักเรียนอาจจะเรียนตามแฟชั่นหรือตามซีรีส์ภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี ซึ่งกำลังมีอิทธิพลต่อเยาวชนไทยในการสนใจภาษาเกาหลีเพิ่มมากขึ้น

3. สภาพเศรษฐกิจ ซึ่งสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อการใช้จ่ายของประชาชน เนื่องด้วยการเรียนกวดวิชาหรือการเรียนเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในโรงเรียนของนักเรียนแล้ว มีค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ประกอบการตระหนักในการส่งเสริมการกวดวิชาของบุตรมากขึ้น หรือเลือกการกวดวิชาในโรงเรียนแทน เพราะมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัดกว่า

### วิธีการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านการตลาด

1. การสร้างทีมการบริหารการตลาดและการขายที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่บริษัทฯ อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้ารู้จักอย่างแพร่หลาย และเชื่อมั่นในคุณภาพการศึกษาของทางสถาบันบ้านภาษาจีน รวมถึงสร้างผลของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของทางบ้านภาษาจีน

2. ดึงการตลาดแบบ IMC (Integrated marketing communications) เอามามีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ โดยการทำการตลาดมุ่งเน้นแบบ Between the line ตาม Social Media ต่างๆ อาทิ Facebook, Instagram, Blogger ต่างๆ เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำและผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว

3. มีการส่งเสริมการขายหลักสูตรเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการขายเพิ่มเติมในส่วนขยาย อาทิเช่น การเป็นผู้ให้คำแนะนำและติดต่อมหาวิทยาลัยที่สาธารณรัฐประชาชนจีนให้แก่ นักเรียนหรือลูกค้าได้ไปแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมที่นั่น



### 6.3 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานดังนี้

1. อัตราการลาออกสูง การคัดสรรหรือการคัดเลือกพนักงานก็เป็นส่วนสำคัญของบริษัทในการดำเนินงาน เพราะพนักงานเป็นแรงขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความราบรื่น มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสามารถสร้างผลกำไรให้กับบริษัทฯ

2. ความขัดแย้งภายในองค์กร ทุกองค์กรหรือทุกบริษัทต้องเผชิญความปัญหาความขัดแย้งของพนักงานแต่ละฝ่าย แต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างไม่ราบรื่น

3. ลูกค้านขาดความพึงพอใจ ถ้ากลุ่มลูกค้าเกิดความไม่เชื่อถือหรือความไม่พึงพอใจ จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท อีกทั้งการสูญเสียรายได้จากกลุ่มเป้าหมาย

4. การลางาน ขาดงานของพนักงาน มีส่วนสำคัญในการบริหารและการดำเนินงานของบริษัท

#### วิธีการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

1. การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานของบริษัทเกิดความจงรักภักดีในองค์กร อีกทั้งการให้ผลตอบแทน เช่น ค่าคอมมิชชั่น โบนัส รางวัล มอบให้แก่พนักงานที่มีผลงานโดดเด่นและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การสร้างความรักความสามัคคีสมานสามัคคีของบุคลากรในองค์กรให้มีการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดแข่งกีฬาภายในบริษัท การทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

3. สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และมอบการบริการที่เป็นเลิศแก่ผู้มาใช้บริการให้เกิดความรู้สึกประทับใจอย่างต่อเนื่อง

4. การจัดการงานของพนักงานอย่างเท่าเทียม เพื่อไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจของตารางงาน

### 6.4 ความเสี่ยงในการบริหารงานโครงการ โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการบริหารงานโครงการ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านงบประมาณ ข้อจำกัดทางด้านเงินลงทุน เนื่องจากบริษัทฯ มีงบประมาณและเงินลงทุนอย่างจำกัด รวมถึงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ต้องมีการบริหารงานโครงการอย่างรอบคอบและรัดกุมที่สุด

2. ความเสี่ยงด้านกำหนดการปฏิบัติการ ความไม่แน่นอนของหลักสูตร หรือความล่าช้าของเนื้อหา หนังสือเรียนที่จัดเตรียมไม่ทัน

3. ลูกค้าเร่งรัดการเปิดหลักสูตรเร็วขึ้น หรือตารางเรียนของลูกค้ากับทางบ้านภาษาจีน



ไม่ตรงกัน เวลาไม่เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน

4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน รวมถึงตัวผู้สอนแต่ละคนในการใช้สื่อหรือเทคโนโลยีการในการช่วยสอน

5. ความไม่แน่นอนของอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อที่ใช้แนะนำสอนต่างๆ ค่าจ้างของผู้สอน ความผิดพลาดในการคำนวณค่าใช้จ่าย

6. พนักงานหรือบุคลากรไม่ได้รับการอบรมอย่างเหมาะสม ซึ่งทำให้ขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติการ

#### วิธีการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านการบริหารงานโครงการ

1. การวางแผนการใช้จ่าย จัดทำงบการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อไม่ให้งบประมาณหรือเงินลงทุนบานปลาย อีกทั้งคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืม รวมถึงการบริหารงานโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวางแผนการจัดทำหลักสูตรระหว่างผู้บริหาร ผู้สอนและทีมขายเพื่อระดมสมองออกแบบหลักสูตรให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า

3. จัดทำตารางเรียนให้ผู้เรียนออกแบบตารางเรียนได้ด้วยตัวของผู้เรียนเอง เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการของผู้เรียน เช่น การใช้สื่อวีดีโอในการเรียนรู้ของผู้เรียน

4. การฝึกอบรมพนักงานและบุคลากรผู้สอนให้เกิดความชำนาญในการใช้สื่ออุปกรณ์ รวมถึงระบบในการดำเนินงานให้มีความคุ้นเคยและใช้งานอย่างถูกต้องและเหมาะสม

5. การจัดซื้อสื่ออุปกรณ์ล่วงหน้าทีละหลายๆ ทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดของ Supply Chain

#### 6.5 ความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์ โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านด้านยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. การวางแผนมีการคาดเคลื่อนหรือไม่เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ หรือการวางแผนที่ไม่ครอบคลุมอย่างรัดกุมเพียงพอ ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการจัดการ

2. กระบวนการดำเนินงานของพนักงานและผู้สอนไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้การทำงานต่างคนต่างทำ ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

3. กลยุทธ์หรือแผนที่วางไว้เกิดความล้าสมัย ไม่มีการอัปเดตแผน ซึ่งการนำมาใช้ทำให้ขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. ความเสี่ยงที่เกิดจากสาเหตุภายนอก การเปลี่ยนแปลงความไม่แน่นอนของการเมือง การปกครองที่มีนัยสำคัญจนทำให้ธุรกิจเกิดความไม่ราบรื่น หรือขัดข้องการสร้างคุณค่าและการ

เติบโตของธุรกิจ

### วิธีการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านยุทธศาสตร์

1. การสร้างแผนสำรองฉุกเฉินหรือการสร้างกลยุทธ์สำรองไว้ใช้ และมีการอัปเดตกลยุทธ์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้แผนที่วางไว้นำไปใช้ได้มีประสิทธิภาพ
2. สร้างเป้าหมายของบริษัทอย่างชัดเจน อีกทั้งให้พนักงานและผู้สอนตระหนักเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อให้การดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน
3. การกระจายความเสี่ยงไปยังผลิตภัณฑ์ของทางบ้านภาษาจีนเพิ่มมากขึ้น เช่น การให้บริการคำแนะนำและการส่งนักเรียนไปศึกษาต่อ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน



## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). สถิติการท่องเที่ยว. วันที่สืบค้น 15 มีนาคม 2559, จากเว็บไซต์: [www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php)
- การเรียนรู้ภาษาจีน. (2559). หลักการของภาษาจีน (ออนไลน์). วันที่สืบค้น 15 มีนาคม 2559, จากเว็บไซต์: <http://e-book.ram.edu/e-book/c/CN202/chapter11.pdf>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์. วันที่สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2559, จากเว็บไซต์: <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/home/main.html>.
- จังหวัดขอนแก่น. (2559). ขอนแก่น แคนอีสาน. โรงพิมพ์ประสานมิตร. จังหวัดขอนแก่น. วันที่สืบค้น 15 มีนาคม 2559, จากเว็บไซต์: <http://www.khonkaenpoc.com/>
- ไชยวัฒน์ ชาญปริชารัตน์. ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีผลต่อการวัดการเรียนการสอนของโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2543.
- บริษัทศูนย์ข่าวการศึกษาไทย. “รายงานความสำคัญของภาษาจีนในประเทศไทย.” กรุงเทพมหานคร: บริษัทศูนย์ข่าวการศึกษาไทย, 24 ธันวาคม 2556.
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “รายงานโรงเรียนกวดวิชาปี 2558 แข่งขันรุนแรงขึ้น คาดจำนวนนักเรียนไม่ลดลง ส่งผลให้ตลาดยังคงเติบโต 6.8%.” กรุงเทพมหานคร: บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 11 มีนาคม 2558.
- สารสนเทศเพื่อการศึกษาแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ. (2556). ระบบคลังข้อมูลกระทรวงศึกษาธิการ. วันที่สืบค้น 23 กุมภาพันธ์ 2559, จากเว็บไซต์: <http://www.mis.moe.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2559). สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. วันที่สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2559, จากเว็บไซต์: <http://academic.obec.go.th/resources/>
- Central Intelligence Agency. (2558). CIA (Central Intelligence Agency). วันที่สืบค้น 13 มีนาคม 2559, จากเว็บไซต์: <https://www.cia.gov/index/>
- Internet World Stats. (2558). Internet World Stats in Asia. วันที่สืบค้น 26 กุมภาพันธ์ 2559, จากเว็บไซต์: <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm#links/>