

แผนธุรกิจชมรมผู้สูงอายุออนไลน์
บริษัท ใช้ง่ายคลับ จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจ
ธุรกิจชมรมผู้สูงอายุออนไลน์
“บริษัท ใช้ง่าย กลับ”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2560



นายศพล เอี่ยมพิมพ์พันธ์
ผู้วิจัย

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

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

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศลา รุ่งเรือง
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

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

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจชมรมผู้สูงอายุออนไลน์บริษัท ไซ้ข่ายคลับ จำกัด ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิน ระวิวงศ์ อาจารย์ควบคุมสารนิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนวทาง และ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ในการทำสารนิพนธ์เสมอมา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิศารุ้งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุง แก้ไขสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ และคณะอาจารย์ในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ทั้งที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการเรียนการสอนตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่เป็นแรงบันดาลใจช่วยให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับสารนิพนธ์เรื่องนี้ และคอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด รวมไปถึงขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่น BM16B ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึง

ท้ายที่สุดนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาแผนธุรกิจนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอภัยมา ณ ที่นี้

ยศพล เอี่ยมพิมพันธ์

บทสรุปผู้บริหาร

ในสังคมปัจจุบันกำลังจะกลายเป็นสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งมีสาเหตุมาจากอัตราการตายที่ลดลง การควบคุมประชากร และการมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้นจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ประโยชน์ของเทคโนโลยียังช่วยให้สังคมสมัยใหม่ มีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ช่วยในเรื่องของการติดต่อสื่อสารระหว่างกันสามารถทำได้อย่างง่ายดาย และยังพัฒนาต่อมาเป็นสังคมออนไลน์ซึ่งตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในสังคมเป็นอย่างดี ดังนั้นแทบจะทุกคนในสังคมปัจจุบันจึงหันมาใช้งานเทคโนโลยีนี้ ไม่เว้นแม้กระทั่งผู้สูงอายุ แม้ว่าเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งใหม่และยากต่อการเข้าใจ แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็พร้อมที่จะเรียนรู้ หลังจากที่ได้เห็นประโยชน์จากการใช้งาน

บริษัท ใช้ง่ายคลับ จำกัด จึงก่อตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยให้บริการการสอนและบริการสื่อสังคมออนไลน์กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะหารายได้จากการรับโฆษณาจากผู้สนใจในฐานะลูกค้ากลุ่มนี้ซึ่งจะกลายมาเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ในอนาคต

บริษัท ใช้ง่ายคลับ จำกัด เปิดการสอนทุกวันเสาร์-อาทิตย์ตั้งแต่เวลา 8.00-17.00 น. ตามสถานที่ที่ทางบริษัทกำหนดไว้ และจะให้บริการสังคมออนไลน์ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตโดยอาศัยระบบ Website, Line และ Facebook โดยสร้างเป็นชุมชนของผู้สูงอายุและยังใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ด้วย

กลุ่มเป้าหมายหลัก เน้นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่มีความสนใจในด้านเทคโนโลยี และอาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง จะเน้นที่กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุหรือกำลังจะกลายเป็นผู้สูงอายุ และมีความต้องการที่จะใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

นโยบายทางการเงิน ทางบริษัทฯ ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 4,000,000 บาท โดยมาจากการลงทุนของผู้ถือหุ้นจำนวน 4,000,000 บาท ทั้งนี้คาดว่าจะสามารถสร้างยอดขายได้ในปีที่ 1 ได้ 20% ของความสามารถในการให้บริการเป็นจำนวนเงินประมาณ 2,316,000 บาท ซึ่งในช่วง 2 ปีแรกจะมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี ต่อมาในช่วงปีที่ 3-5 เนื่องจากมีฐานสมาชิกเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีอัตรารายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 13.33 ต่อปี และจะสร้างกำไรสุทธิเฉลี่ยปีละประมาณ 1,556,956 บาท ซึ่งคาดว่าจะสามารถคือทุน ภายในระยะเวลา 4 ปี 2 เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับร้อยละ 14 และมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่ 3,784,779 บาท

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 ภาพรวมและความน่าสนใจทางธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสและความสำคัญทางธุรกิจ	2
1.2.1 โครงสร้างของประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ	2
1.2.2 การใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตกับผู้สูงอายุ	5
1.2.3 การรวมกลุ่มผู้สูงอายุด้วยสังคมออนไลน์	9
1.3 ข้อมูลบริษัท	11
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	11
1.4.1 บริการเทคโนโลยีออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ	11
1.4.2 บริการรับโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	11
1.5 ความน่าสนใจของธุรกิจ	12
1.5.1 งานบริการด้านเทคโนโลยีโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	12
1.5.2 ระบบที่สามารถเรียนรู้และใช้งานได้ง่าย	12
1.5.3 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการรวมกลุ่มลูกค้า	15
1.6 สินค้าและบริการ	17
1.6.1 การให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	17
1.6.2 การให้บริการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	18
1.7 ขั้นตอนการให้บริการ	18
1.7.1 ขั้นตอนการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	18
1.7.2 ขั้นตอนการให้บริการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	19
1.8 วิสัยทัศน์	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.9 พันธกิจ	20
1.10 เป้าหมายธุรกิจ	20
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด	22
2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด	22
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)	23
2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis)	25
2.3.1 Strength (จุดแข็ง)	25
2.3.2 Weakness (จุดอ่อน)	25
2.3.3 Opportunity (โอกาส)	25
2.3.4 Threat (อุปสรรค)	26
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)	26
2.4.1 คู่แข่งทางอ้อมการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	26
2.4.2 คู่แข่งทางอ้อมการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	28
บทที่ 3 แผนการตลาด	30
3.1 การแบ่งส่วนการตลาด	30
3.1.1 ส่วนแบ่งส่วนตลาดการบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	30
3.1.2 ส่วนแบ่งส่วนตลาดการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์	30
3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	30
3.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาดการบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	31
3.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาดการบริการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	31
3.3 ตำแหน่งทางการตลาด	31
3.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)	32
3.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า	32
3.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา	35
3.4.3 กลยุทธ์ด้านสถานที่	36
3.4.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการผลิต	38
4.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง	38
4.1.1 พื้นที่สำหรับที่ตั้งสำนักงาน	38
4.1.2 พื้นที่สำหรับให้บริการการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	38
4.2 ชื่อสถานที่และตราสัญลักษณ์	39
4.2.1 ชื่อสถานที่	40
4.2.2 สัญลักษณ์	40
4.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	40
4.3.1 อุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	40
4.3.2 อุปกรณ์สำหรับให้บริการข้อมูลเทคโนโลยี	40
4.4 ขั้นตอนการบริหารงาน	41
4.4.1 ขั้นตอนการแนะนำตัว (Presale Process)	41
4.4.2 ขั้นตอนการให้บริการ (Service Process)	41
4.4.3 ขั้นตอนการพัฒนาการสอน และพัฒนาระบบ (Improvement Process)	42
4.4.4 ขั้นตอนการสร้างกลุ่มลูกค้า	42
4.5 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน	43
4.5.1 ธุรกิจการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	43
4.5.2 ธุรกิจการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	43
4.6 แผนฉุกเฉิน	44
4.7 แผนงานในอนาคต	44
บทที่ 5 แผนการบริหารและจัดการองค์กร	46
5.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร	46
5.2 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ	46
5.3 ค่าใช้จ่ายพนักงาน	50
5.4 แผนการลงทุน	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการเงิน	51
6.1 โครงสร้างทางการเงิน และสมมติฐานในการคำนวณ	51
6.1.1 เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน	51
6.1.2 ทุนจดทะเบียน	51
6.1.3 สมมติฐานทางการเงินและการเงิน	51
6.2 ต้นทุนของการบริการ	52
6.2.1 ต้นทุนก่อนการดำเนินธุรกิจ (ต้นทุนคงที่)	52
6.2.2 ค่าแรงงานในการให้บริการ	52
6.2.3 ค่าแรงงานในการขาย และบริหาร	54
6.2.4 ค่าเสื่อมราคา	54
6.3 ค่าใช้จ่าย	54
6.3.1 ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	55
6.3.2 ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	55
6.3.3 ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	55
6.3.4 ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	56
6.4 ยอดรายได้	56
6.5 งบการเงิน	57
6.5.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	57
6.5.2 ประมาณการงบแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินลงทุน	59
6.5.3 ประมาณการงบดุล	60
6.6 กระแสเงินสดสุทธิ	61
6.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน	61
บทที่ 7 การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	62
7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	62
7.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	63
7.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)	63
7.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)	64
บรรณานุกรม	65
ประวัติผู้วิจัย	67



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนการเกิด อัตราเกิด และอัตราเจริญพันธุ์	3
3.1 หลังสูตรพื้นฐานและรายละเอียดที่เปิดสอน	32
3.2 หลักสูตรชั้นกลางและชั้นสูงและรายละเอียดของหลักสูตรที่เปิดสอน	33
3.2 หลักสูตรอื่นๆ และรายละเอียดที่เปิดสอน	34
3.4 รายละเอียดของการให้บริการข้อมูลสื่อออนไลน์	35
3.5 รายละเอียดสินค้าและบริการการโฆษณาผ่านสื่อเว็บไซต์ออนไลน์	39
4.1 สถานที่เข้าสำหรับการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	43
5.1 รายละเอียดของหน้าที่ในแต่ละตำแหน่ง	47
5.2 รายละเอียดพนักงาน และอัตราเงินเดือน	50
5.3 รายละเอียดผู้ถือหุ้น และสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	50
6.1 รายละเอียดต้นทุนก่อนการดำเนินกิจการ	52
6.2 รายละเอียดต้นทุนอุปกรณ์ในการให้บริการ	52
6.3 รายละเอียดต้นทุนอุปกรณ์ภายในสำนักงาน	53
6.4 รายละเอียดค่าแรงในการให้บริการ	53
6.5 ค่าแรงงานในการขาย และบริหาร	54
6.6 ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	54
6.7 ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	55
6.8 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	55
6.9 ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	56
6.10 ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	56
6.11 รายละเอียดการประเมินค่าโฆษณาผ่านหน้าเว็บไซต์	57
6.12 รายละเอียดรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี	57
6.13 งบกำไรขาดทุน	58
6.14 งบแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินลงทุน	59
6.15 ประมาณการงบดุล	60

สารบัญ (ต่อ)

ตาราง

6.16 กระแสเงินสดสุทธิ

หน้า

61



สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 อัตราอายุเฉลี่ยของเพศหญิงและชาย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2507 – 2573	4
1.2 กราฟแสดงอัตราเพิ่มของจำนวนประชากรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 - 2578 ประมาณ โดย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม ม.มหิดล	5
1.3 ผลการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุชาวอเมริกันตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 – 2015	7
1.4 ผลการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของชาวอเมริกัน โดยแบ่งเป็นกลุ่มอายุ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 – 2015	8
1.5 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis and others , 1985)	13
1.6 ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการรับรอง TWCAG ที่มา : oldisyounginbkk.com	14
2.1 บทสรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรมการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุจากการ วิเคราะห์ด้วยวิธี Five Force	24
3.1 ตำแหน่งทางการตลาดการบริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ	31
4.1 รูปสัญลักษณ์ของทางบริษัท ฯ	40
4.2 สรุปลขั้นตอนการบริหารงาน	42
5.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร	46

บทที่ 1

ภาพรวมและความน่าสนใจทางธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันโลกของเรากลายเป็นสังคมการใช้เทคโนโลยี และกำลังจะเป็นสังคมของผู้สูงอายุด้วย (Selwyn, 2004) โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร ได้มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาช่วยสร้างเครือข่าย เพื่อให้มนุษย์มีความสะดวกสบายในการติดต่อกันได้ดียิ่งขึ้นผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ (อดิเทพ บุตราช, 2553) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศนับวันจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตจนยากที่จะหลีกเลี่ยงจากการใช้งานได้ ทำให้ผู้สูงอายุซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคมนี้ได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของเทคโนโลยีตามไปด้วย

อิทธิพลของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสื่อสังคมออนไลน์ที่แทรกซึมเข้ามาสู่ในชีวิตความเป็นอยู่โดยที่เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้นี้เอง ส่งผลให้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่ต้องพบกับปัญหาและความยุ่งยากในการใช้ชีวิตจากการไม่สามารถเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะในส่วนของการใช้งานระบบ software คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากไม่เคยมีประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยี จึงได้รับผลกระทบต่าง ๆ เช่น ไม่สามารถรับบริการของรัฐในหลายบริการที่ปัจจุบันมีการพัฒนาให้กรอกข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ หรือไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญของรัฐและเอกชน เพราะสาเหตุจากการขาดทักษะในการใช้งานอุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ดร.กวีพงษ์ เลิศวัชรรา, กาญจนศักดิ์ จารุปาน, 2555) ซึ่งจากเหตุผลนี้ทำให้ในอนาคตเป็นไปได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้จะได้รับผลกระทบทำให้ห่างเหินจากสังคมในสมัยใหม่มากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่สามารถเข้ากับกลุ่มคนในสังคมยุคใหม่ได้ และไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับญาติมิตรและลูกหลาน เพราะไม่อาจใช้ช่องทางการสื่อสารของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้

นอกจากปัญหาทางด้านเทคโนโลยีกับผู้สูงอายุแล้ว ยังมีปัญหาที่พบบ่อยสำหรับผู้สูงอายุทั่วโลก ได้แก่ สุขภาพที่เสื่อมถอยลง การขาดสารอาหาร การขาดที่พักอาศัย ภาวะซึมเศร้า ความกลัวในการอยู่โดยลำพัง ความรู้สึกเบื่อหน่ายในชีวิต และการเป็นผู้ที่ไม่สามารถหารายได้ เป็นต้น ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจ และปัญหาด้านความสามารถทางการเงิน (Manalastas, 2008) สำหรับปัญหาด้านสุขภาพ

ร่างกายและสุขภาพจิตด้วยอายุที่สูงขึ้น จะทำให้มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เนื่องจากสภาพร่างกายและความสามารถทางด้านต่าง ๆ เช่น ความคิด กำลังกาย ความสัมพันธ์ และความสามารถในการเรียนรู้เริ่มเสื่อมถอยและช้าลง ซึ่งวัยสูงอายุนั้นจะเริ่มมีความเจ็บป่วยต่าง ๆ เข้ามา เช่น การสูญเสียความทรงจำ ความสามารถในการเคลื่อนไหวที่ลดลง ความเสื่อมสภาพของอวัยวะบางส่วน การมองเห็นและการได้ยิน ความสามารถในการกินและการย่อยอาหารไม่เป็นปกติ และการเป็นโรคต่างๆ ส่วนปัญหาด้านสุขภาพจิต ได้แก่ ภาวะซึมเศร้าอันมาจากความเหงาและรู้สึกโดดเดี่ยวซึ่งมาจากความรู้สึกว่าถูกละเลย ไม่ได้รับการเอาใจใส่จากสมาชิกและญาติมิตร เพื่อนก็เริ่มล้มหายตายจาก ความวิตกกังวลเกี่ยวกับในเรื่องด้านการเงิน มีความรู้สึกที่ตัวเองมีค่าต่ำลง อันเนื่องจากการสูญเสียของความสามารถในการหารายได้และการยอมรับนับถือทางสังคมลดลง ความรู้สึกที่ถูกมองว่าเป็นภาระของสังคมและความกลัวตาย เป็นต้น ส่วนปัญหาด้านการเงินเนื่องจากผู้สูงอายุไม่ได้อยู่ในฐานะของผู้ที่มีความสามารถในการสร้างรายได้เหมือนก่อนทำให้มีรายได้ลดลงหรือไม่มีรายได้ซึ่งการขาดศักยภาพดังกล่าว ทำให้ต้องอาศัยเงินช่วยเหลือจากลูกหลานหรือญาติพี่น้องจึงก่อให้เกิดความเครียดในชีวิต

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นที่นิยมในสังคมรุ่นใหม่ แต่ในสังคมผู้สูงอายุที่ไม่มีประสบการณ์การใช้งานมาก่อน การจะนำเทคโนโลยีไปใช้นั้นจึงถือเป็นเรื่องยากและยังมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ยากจะหลีกเลี่ยงซึ่งในสังคมปัจจุบันมีการใช้ระบบเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานของการใช้ชีวิตประจำวัน นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีจะช่วยแก้ปัญหาและช่วยพัฒนาด้านร่างกายที่เสื่อมลง เช่น สมอ การขยับมือ เป็นต้น และยังช่วยให้สภาพจิตใจที่ผู้สูงอายุคิดว่ารู้สึกที่ตัวเองโดดเดี่ยวในสังคมกลับมาดีขึ้น (ดร.สมาน ลอยฟ้า, 2554) โดยการอาศัยประโยชน์ของการใช้งานระบบเทคโนโลยี และระบบเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในการรวบรวมกลุ่มเป็นสังคมผู้สูงอายุออนไลน์ขึ้นมา

1.2 โอกาสและความสำคัญทางธุรกิจ

1.2.1 โครงสร้างของประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ

ในปัจจุบันโลกของเรากำลังเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงย่อมเป็นประโยชน์ที่จะนำมาสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และทำให้เราสามารถวางแผนไว้ได้ล่วงหน้า โดยการใช้ข้อมูลจากทางด้านโครงสร้างประชากร

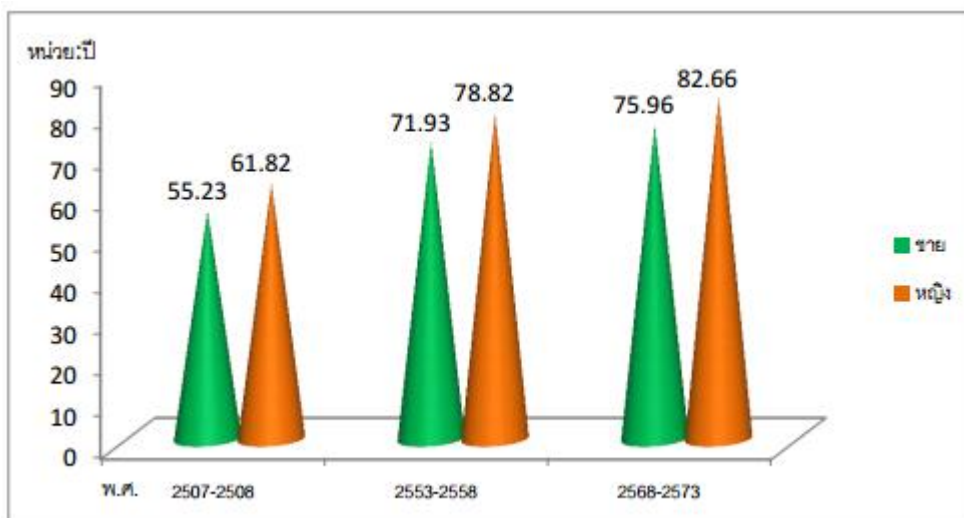
ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทยตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ยิ่งไปกว่านั้นในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 ก็ได้ระบุในมาตรา 53 ว่า “บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพมีสิทธิได้รับสวัสดิการสิ่งอำนวยความสะดวกและความช่วยเหลือจากรัฐ” ซึ่งหมายความว่าในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ผู้สูงอายุคือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์แล้ว ในปัจจุบันสังคมของประเทศไทยเริ่มมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย ,2554)

1.2.1.1 การลดลงของการเจริญพันธุ์หรือการเกิดลดลง จากข้อมูลในตาราง 1.1 แสดงให้เห็นว่า อัตราการเจริญพันธุ์รวมของผู้หญิง 1 คนในอดีตจะมีบุตรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.9 คน แต่ในอนาคตจะค่อย ๆ ลดลงจนในอีก 20 ปีข้างหน้าคาดว่าจะเหลือเฉลี่ยประมาณ 1.3 คน เป็นเพราะคนเห็นความสำคัญของการมีบุตรจำนวนน้อย เพื่อให้บุตรมีคุณภาพ (ชาย โพธิ์ธิดา,2552)

ตาราง 1.1 จำนวนการเกิด อัตราเกิด และอัตราเจริญพันธุ์

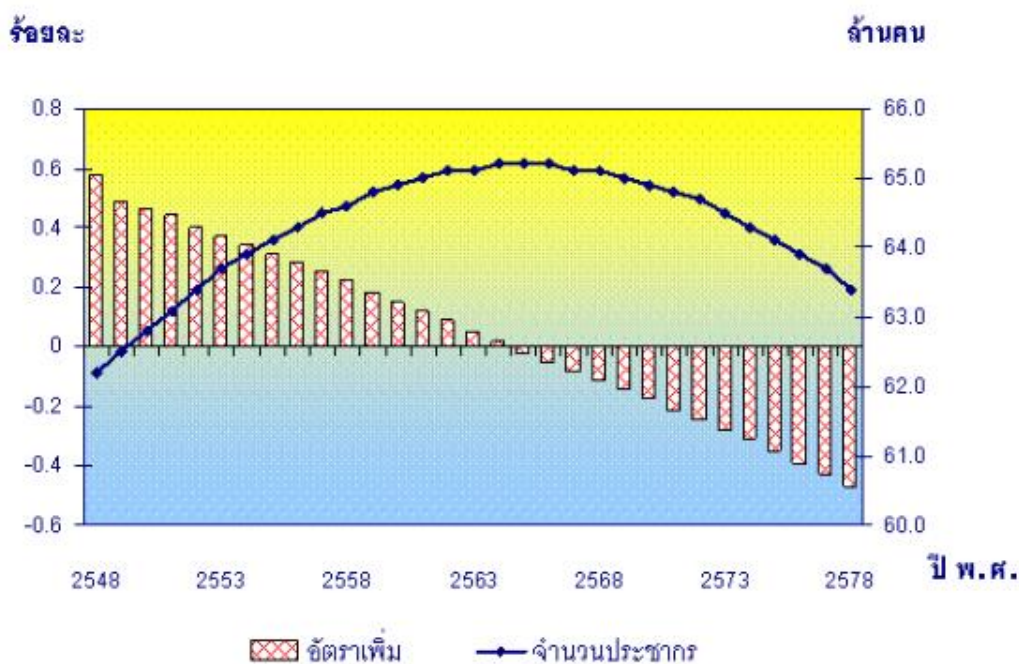
	อดีต	พ.ศ. 2556	20 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2576)
จำนวนการเกิด	มากกว่า 1 ล้านคน (พ.ศ.2506 - 2526)	800,000	600,000
อัตราเกิด	30/1,000 (พ.ศ.2520)	12.5/1,000	9/1,000
อัตราเจริญพันธุ์รวม (จำนวนบุตรเฉลี่ยต่อผู้หญิง 1 คน)	4.9 (พ.ศ.2517)	1.6	1.3

1.2.1.2 อัตราการตายที่ลดลงเนื่องจากการมีอายุยืนขึ้น ดูได้จากเมื่ออดีตอายุเฉลี่ยตั้งแต่แรกเกิดของคนไทย ที่เป็นเพศชายมีค่าเฉลี่ยประมาณ 55 ปี เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยประมาณ 62 ปี แต่ปี (2557) แต่ในปัจจุบันอายุเฉลี่ยของประชากรได้เพิ่มสูงขึ้น โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยประมาณ 72 ปี เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยประมาณ 79 ปี และอีกสิบปี ข้างหน้า อายุ ค่าเฉลี่ยของเพศชายประมาณ 76 ปี และเพศหญิงประมาณ 83 ปี



รูปภาพ 1.1 อัตราอายุเฉลี่ยของเพศหญิงและชาย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2507 – 2573

จากปัจจัยดังกล่าวทำให้สรุปได้ว่าจำนวนของผู้สูงอายุกำลังมีการเพิ่มตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม ม.มหิดล พบว่ามีอัตราการเกิดของเด็กในช่วงปี 2506 – 2526 มีสูงถึงปีละมากกว่า 1 ล้านคน ซึ่งเด็กที่เกิดในช่วงนั้นได้เติบโตขึ้นจนเป็นวัยแรงงานและวัยผู้สูงอายุตามลำดับ จากข้อมูลพบว่า เมื่อกลางปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีประชากร 62.2 ล้านคน ในอีกหนึ่งปีต่อมาพบว่าจำนวนประมาณของประชากรไทย ณ กลางปี 2549 เพิ่มขึ้นเป็น 62.5 ล้านคน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 3 แสนคนเศษ คิดเป็นอัตราเพิ่มประชากรร้อยละ 0.6 ต่อปี แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มของประชากรไทยในอนาคตยังคงมีการเพิ่มขึ้นต่อไปเรื่อยๆ แต่ถ้านำข้อมูลด้านสถิติในปีต่อ ๆ ไปมาพิจารณาจะพบว่าการเพิ่มดังกล่าวนี้จะค่อย ๆ ช้าลง โดยในแต่ละปีอัตราการเพิ่มของประชากรจะเริ่มลดลงไปจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2565 อัตราการเกิดจะอยู่ในระดับเทียบเท่ากับอัตราการตาย ทำให้อัตราการเพิ่มของประชากรใกล้เคียงกับศูนย์ ซึ่งอธิบายได้ว่าจำนวนคนเกิดในแต่ละปีพอ ๆ กับจำนวนคนตาย จากข้อมูลนี้จะสามารถทำให้เราทำนายได้ว่าประชากรไทยจะถึงจุดอ้อมตัวที่จำนวนประมาณ 65 ล้านคนในราวปี พ.ศ. 2565 หลังจากนั้น อาจเป็นไปได้ว่าอัตราการเพิ่มของประชากรจะติดลบคือต่ำกว่าศูนย์บ้างเล็กน้อย ทำให้ในแต่ละปีจะมีจำนวนประชากรลดลง ดังนั้นจะพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ซึ่งในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนผู้สูงอายุอยู่ประมาณ 6 ล้านคนเศษ (ร้อยละ 10) แต่เมื่อถึงปี พ.ศ. 2578 จะสามารถทำนายได้ว่าจำนวนผู้สูงอายุกลับเพิ่มขึ้นเป็น 16 ล้านคน (ร้อยละ 25) เท่ากับเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าตัวในเวลาราว ๆ 30 ปีเท่านั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมประชากรสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมาว่าพัฒนางศ์, 2548)



รูปภาพ 1.2 กราฟแสดงอัตราเพิ่มของจำนวนประชากรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 - 2578 ประมาณโดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม ม.มหิดล

การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยกำลังเกิดขึ้น ในอนาคตผู้สูงอายุจะกลายเป็นคนส่วนมากของสังคม ซึ่งมาจากปัจจัยอัตราการเกิดที่ลดลงและอายุเฉลี่ยที่ยืนยาวมากขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลจากของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม ม.มหิดล ยังแสดงให้เห็นถึงจำนวนของโครงสร้างทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นการเตรียมพร้อมรับมือทางด้านธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุซึ่งกำลังเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงถือเป็นโอกาสที่สำคัญ โดยการหาช่องทางและวิธีการต่าง ๆ ในการแสดงคุณค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญว่าร่างกาย และจิตใจของผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา

1.2.2 การใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตกับผู้สูงอายุ

เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรา ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ การเดินทาง และการศึกษา รวมไปถึงสังคมของผู้สูงอายุด้วย การใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในอดีตการการใช้งานเทคโนโลยียังไม่เป็นที่นิยมกับผู้สูงอายุ (Smith L.J, 2010) แต่หลังจากที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามา และการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอย่างรวดเร็ว พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตกำลังมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Andrew Perrin And Maeve Duggan, 2015)

ในอดีต ผู้สูงอายุจะใช้ชีวิตประจำวันในการบริโภคสื่อสูง เพราะเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ (Hilt and Lipschultz, 2004) และจากการศึกษาของ Smith (2010) พบว่า ผู้สูงอายุชาวอเมริกันที่อายุ 65 ปีขึ้นไป ที่สามารถใช้งานข้อมูลออนไลน์มีเพียงร้อยละ 31 เท่านั้น ทั้ง ๆ ที่ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญให้การหาข้อมูลเพื่อใช้ในการดูแลสุขภาพสำหรับเหตุผลที่ผู้สูงอายุใช้คอมพิวเตอร์ก็มีความแตกต่างกัน เช่น Selwyn (2004) พบว่า ผู้สูงอายุบางคนเห็นเล็งเห็นถึงประโยชน์ และต้องการมีความรู้และเท่าทันกับเทคโนโลยีต่อตนเองในอนาคต ซึ่งเทคโนโลยีจะช่วยให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ แม้ว่าร่างกายจะเสื่อมสมรรถภาพลง อันเนื่องมาจากอายุที่เพิ่มขึ้น เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์หรือการทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางการเงินกับธนาคารได้ ซึ่งถ้าสามารถนำเทคโนโลยีมาให้ผู้สูงอายุเรียนรู้ได้ จะทำให้เกิดประโยชน์กับผู้สูงอายุในหลายด้านดังนี้ (ดร. สมาน ลอยฟ้า, 2554)

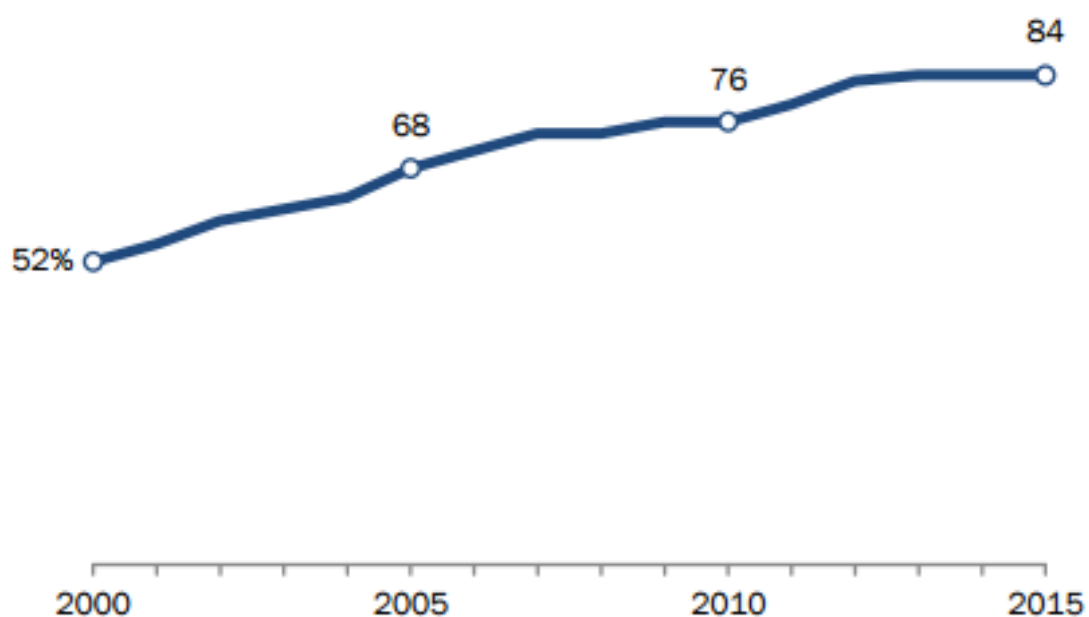
1. ด้านคุณภาพชีวิตและสุขภาพ เนื่องจากร่างกายของผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การรู้วิธีดูแลสุขภาพตัวเองให้แข็งแรงจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นข้อมูลที่มีอยู่มากมายและสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายบนระบบอินเทอร์เน็ต จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้สูงอายุสามารถจะนำไปใช้งาน
2. ด้านการเรียนรู้ ช่วยกระตุ้นด้านการอ่าน การเขียน ความคิดต่าง ๆ และการทำความเข้าใจกับสิ่งที่ได้อ่าน นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความรู้ในสิ่งที่ต้องการจะศึกษา และเห็นถึงประโยชน์ของการใช้งานระบบเทคโนโลยี
3. ด้านการติดต่อสื่อสารและสังคม ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว ญาติพี่น้องที่อยู่ห่างไกล ได้สะดวกขึ้น และยังช่วยสร้างสัมพันธ์กับลูกหลาน เพื่อลดช่องว่างระหว่างวัยอีกด้วย
4. ด้านจิตวิทยาและสุขภาพจิต ช่วยให้เข้าใจตนเองและสังคมมากขึ้น ทำให้ลดความรู้สึกหดหู่ ความเหงาความเศร้าลง และเพิ่มความมั่นใจในตนเองมากขึ้น อาจช่วยให้ลืมความเจ็บป่วยทางด้านร่างกายลง และรวมไปถึงการคิดฆ่าตัวตายด้วย

ความสำคัญของการใช้งานระบบเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต จึงเป็นสิ่งที่จะต้องสำหรับผู้สูงอายุ ในการช่วยพัฒนาทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่า ผู้สูงอายุในอนาคตจะแตกต่างจากผู้สูงอายุในทศวรรษที่ผ่านมา คือ ผู้สูงอายุจะมีการศึกษาที่ดีกว่าและเป็นผู้บริโภคที่ฉลาดมากขึ้น ซึ่งสามารถเผชิญกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความท้าทายใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง (The Demographics of Aging, 2009) ทำให้ในปัจจุบันผู้สูงอายุได้เห็นถึงประโยชน์ในด้านนี้กันมากขึ้น ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากอัตราการใช้งานที่เพิ่มขึ้นจากอดีตจนมาถึงในปัจจุบัน จากข้อมูลของ Pew Research Center (Andrew Perrin And Maeve Duggan, 2015) พบว่า ในปี 2000

ผู้สูงอายุชาวอเมริกัน มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ประมาณ 52% แต่หลังจากที่มีการเข้ามาของสังคมออนไลน์และการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตพบว่า ในปี 2015 มีการใช้งานเพิ่มขึ้นเป็น 84% ของทั้งหมด

84% of American Adults Use the Internet

% of all American adults who use the internet

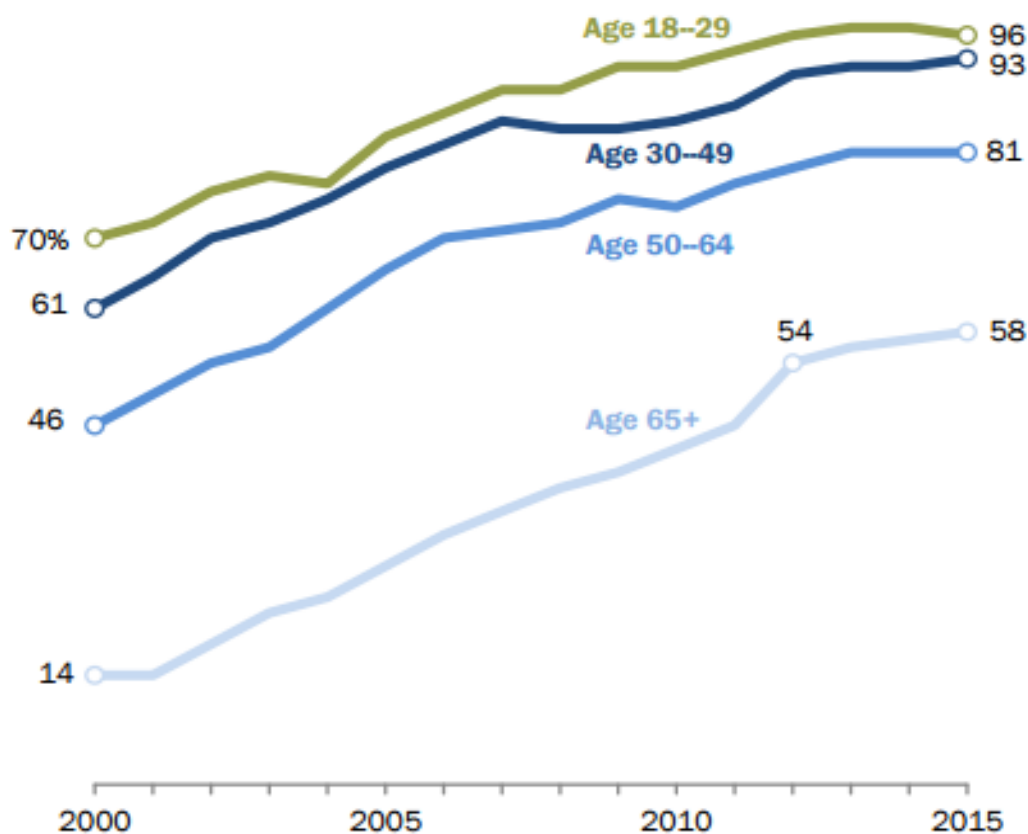


รูปภาพ 1.3 ผลการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุชาวอเมริกันตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 – 2015

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาเป็นกลุ่ม ๆ ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะพบว่า กลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18-29 ปี แต่กลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุยังมีปริมาณน้อยที่สุดและกลุ่มกำลังเป็นผู้สูงอายุรองลงมา เพราะสาเหตุจากผู้สูงอายุยังไม่มีประสบการณ์มาก่อนและคิดว่าการใช้งานเทคโนโลยีมีแต่วัยรุ่นหนุ่มสาว แต่ถ้าพิจารณาในด้านอัตราในการเติบโตจะพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุซึ่งอายุมากกว่า 65 ปีจะมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วที่สุด โดยในปี 2000 มีใช้งานอยู่ที่ 14% ของผู้สูงอายุทั้งหมด แต่ในปี 2015 เพิ่มขึ้นเป็น 58% รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่กำลังจะเริ่มเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุระหว่าง 50-64 ปี ซึ่งในปี 2000 มีการใช้อยู่ที่ 46% แต่ในปัจจุบันอยู่ที่ 81%

Young Adults Are Most Likely to Use The Internet, but Seniors Show Faster Adoption Rates

Among all American adults, the % who use the internet, by age



รูปภาพ 1.4 ผลการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของชาวอเมริกัน โดยแบ่งเป็นกลุ่มอายุ ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 2000 – 2015

จากข้อมูลดังกล่าวจะแสดงให้เห็นถึงการใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตกับผู้สูงอายุ ที่ได้รับความนิยมในสังคมปัจจุบันเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งในอดีตพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานน้อยที่สุด เนื่องจากการเกิดมาก่อนระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต แต่เมื่อเวลาผ่านไปความนิยมด้านเทคโนโลยีก็มีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สาเหตุสำคัญมาจากผู้สูงอายุมีความรู้มากขึ้น และยังมีโอกาสได้รับรู้ถึงประโยชน์ทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถนำมาช่วยให้ตนเองในด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษาหาข้อมูลทางด้านสุขภาพ การขายของและธุรกรรมทางการเงินบนโลกอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้นการใช้งานเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตจึงถือเป็นโอกาส และยังมีความสำคัญกับผู้สูงอายุเป็นอย่างยิ่ง

1.2.3 การรวมกลุ่มผู้สูงอายุด้วยสังคมออนไลน์

เทคโนโลยีถูกพัฒนาเพื่อให้ตอบสนองเข้ากับสังคมปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ดังนั้นการเกิดขึ้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงอิทธิพลต่อคนในสังคมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Line, Instagram ฯลฯ ซึ่งช่วยให้ประชากรติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น เช่น การสื่อสารกันระหว่างบุคคลและการติดต่อสื่อสารกันระหว่างกลุ่ม จากความสามารถในด้านการติดต่อสื่อสารของสังคมออนไลน์ จึงทำให้ผู้สูงอายุมีความสนใจในด้านการใช้งานสังคมออนไลน์ด้วย (กันตพล บันทัดทอง, 2557)

สังคมออนไลน์ หรือ “Social Network” หมายถึง กลุ่มคนผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม นอกจากจะมีการส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจจะร่วมมือกันทำกิจกรรมที่สนใจด้วยกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ซึ่งอยู่ในรูปแบบของข้อมูลออนไลน์ที่มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อย ๆ โดยใช้การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างชุมชนเสมือนจริงบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง สังคมในปัจจุบันจะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นโดยส่วนใหญ่จะมีการใช้สังคมออนไลน์ในการบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอ และข้อมูลต่าง ๆ ของตัวเอง หรือถ้ามีการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ จึงนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อน และผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของคนได้ทราบ (อดิเทพ บุตราช, 2553) นอกจากนั้น การให้บริการของเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังสามารถ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (สุภาภรณ์ เพชรสุภา, 2554) ได้แก่

1. รูปแบบการเผยแพร่ “ตัวตน” เป็นรูปแบบที่มีลักษณะใช้นำเสนอตัวตน และเผยแพร่ข้อมูลและเรื่องราวของตนเองที่อยากแสดงให้คนอื่นได้รับรู้ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต หรือสามารถเขียนเนื้อหาเรื่องราว สามารถสร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง สร้างกลุ่มเพื่อน และสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้ ตัวอย่าง เว็บไซต์ประเภทนี้คือ Facebook.com , Web broad, Line และ google+ เป็นต้น

2. รูปแบบการเผยแพร่ “ผลงาน” อาจจะเป็นผลงานของกลุ่มหรือผลงานของตัวเอง โดยสามารถนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ และเสียง เป็นต้น เพื่อแสดงผลงานให้แก่บุคคลทั่วไปหรือเพื่อนได้รับรู้ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น YouTube.com, Flickr.com และ Multiply.com เป็นต้น

3. รูปแบบการที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน อาจเป็นลักษณะ Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า แทนที่เราจะเก็บเว็บไซต์ที่เราชอบ หรือข้อมูลต่าง ๆ รายงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้ในเครื่องของเราเพียงคนเดียว เราก็สามารถสร้างที่เก็บไว้บนเว็บไซต์แทน เพื่อเป็นการแบ่งให้เพื่อนหรือคนอื่นเข้ามาดู และเราก็สามารถเก็บข้อมูลไว้ได้ตลอด

โดยดูจากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์หรือข้อมูลนั้นถูก Bookmark เอาไว้และเป็นที่ยอมรับจากสมาชิกคนอื่น ๆ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ได้แก่ Delicious, Digg และ Youtube เป็นต้น

4. รูปแบบการที่ใช้งานสำหรับการทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่มในระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เปิดมีการโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถเข้ามานำเสนอ ข้อมูล และช่วยกันแสดงความคิดเห็นและร่วมการสร้างสรรค์เรื่องราวต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างนี้ ได้แก่ Wikipedia ซึ่งเป็นสารานุกรมที่สามารถร่วมกันต่อยอด ถ่ายทอดข้อมูล ที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไข บทความต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดเป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ และข้อมูลที่น่าสนใจไว้อย่างมากมาย

เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงมักจะปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้ในการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน ได้ มีความสนใจร่วมกัน และสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น ข่าวสาร ข้อมูล ฯลฯ ซึ่งเป็นสามารถแสดงเป็นโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่ประกอบด้วยโหนดต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกัน ซึ่งแต่ละโหนดที่เชื่อมถึงกันจะมีความสัมพันธ์กันหรืออาจมีความสัมพันธ์กับโหนดอื่น ๆ ด้วย โดยมีความซับซ้อนและมีเป้าหมาย (“การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์”, 2557) จากความหลากหลายและประโยชน์ของสังคมออนไลน์ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เริ่มหันมาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อแบบเดิม ๆ โดยเฉพาะใช้ในการส่งข้อมูลเพื่อสื่อสารถึงกันและกัน ซึ่งในช่วงเริ่มต้นที่มีการเข้ามาของสังคมออนไลน์นั้น มักใช้ในลักษณะของงานอดิเรกและความบันเทิงโดยการสื่อสารกันระหว่างตนเองกับคนรู้จักใกล้ตัว หลังจากนั้นได้มีพัฒนาและการขยายการประยุกต์ใช้ไปสู่ภาคธุรกิจ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ใช้อย่างกว้างขวาง เช่น Facebook, Line และ Youtube เป็นต้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ มาจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว และมีการเปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นไปมาโดยอาศัยความสนใจในเรื่อง ๆ เดียวกัน (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2555)

จากการเข้ามาของเทคโนโลยีสังคมออนไลน์ ถ้านำมาพิจารณากับสังคมผู้สูงอายุจะพบว่า พฤติกรรมของสังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยมีความสนใจการใช้งานด้านสังคมออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้งานซึ่งมีสาเหตุมาจากความสามารถในการสื่อสารกันได้อย่างอิสระ การได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้บริการ การดูเป็นคนทันสมัย การได้สามารถแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกัน การได้รับความยอมรับจากสังคมในเครือข่าย การใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน และเสียค่าใช้จ่ายไม่มาก จึงทำให้เกิดความพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (กันตพล บันทัดทอง, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ Katz (1974) ที่ว่า ผู้รับสารมีการใช้สารที่ได้รับมา เพื่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้างหรือใช้สื่อสารเพื่อสร้าง

เรื่องราวพูดคุยหรือใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัว และยังใช้เพื่อสร้างความเป็นตัวตน เช่น การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลนั้นมายืนยันความเชื่อของตนเอง เป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้สังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่ช่วยรวบรวมกลุ่มของผู้สูงอายุและยังช่วยให้ผู้สูงอายุใช้ชีวิตเข้ากับสังคมในปัจจุบันได้อย่างมีความสุข

1.3 ข้อมูลบริษัท

1.3.1 ชื่อบริษัท

บริษัท ใช้น้ำยกลับ จำกัด

1.3.2 สโลแกนบริษัท

“ชมรมสมัยใหม่ ง่ายต่อการเรียนรู้ และเป็นศูนย์รวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์”

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยวิธีการสอนที่เข้าใจง่ายจากวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ และนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์เพื่อการใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังรับบริการโฆษณานำเสนอสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยมีการแบ่งประเภทงานออกแบบดังนี้

1.4.1 บริการเทคโนโลยีออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ

ให้บริการการสอนทั้งในรูปแบบการใช้วิทยากร และการสอนผ่านระบบออนไลน์ ที่พัฒนามาให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิก เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้งานในชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข เช่น การสอนพื้นฐานทางเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต การใช้งานระบบสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้สูงอายุ เช่น ข่าวสารทั่วไป ข้อมูลในด้านสุขภาพ การดูแลรักษาตนเอง เป็นต้น

1.4.2 บริการรับโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ให้บริการนำเสนอสินค้าและบริการกับผู้สูงอายุซึ่งเป็นทั้งสมาชิกในชมรม และลูกค้าทั่วไปผ่านระบบออนไลน์ เช่น Website , Line และ Facebook

1.5 ความน่าสนใจของธุรกิจ

1.5.1 การให้บริการด้านเทคโนโลยีโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

เนื่องจากทางบริษัทฯ เพิ่งจะเริ่มต้นในการให้บริการ ดังนั้นจึงมีนโยบายการสอนด้านเทคโนโลยีและการให้บริการข้อมูลข่าวสารกับสมาชิกโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายกับสมาชิก เพราะการสอนฟรีนั้นเป็นการเสนอคุณค่าที่ดึงดูดใจกับลูกค้าเสมอ ในหนังสือ The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More (Chris Anderson, 2014) กล่าวไว้ว่า อุปสงค์ที่เกิดจากการตั้งราคาเป็นศูนย์นั้นจะมากกว่าอุปสงค์ที่เกิดจากการตั้งราคา 1 เซนต์ หรือราคาอื่น ๆ อย่างชนิดเทียบกันไม่ได้ ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาการแจกฟรีเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในโลกอินเทอร์เน็ต จึงเกิดคำถามว่า จะสามารถแจกบางอย่างฟรีและยังคงสร้างรายได้เป็นให้กับธุรกิจได้อย่างไร ส่วนหนึ่งของการทำให้แจกฟรีได้คือ ต้นทุนของการแจกฟรี ตัวอย่างเช่น พื้นที่เก็บข้อมูลออนไลน์ มีราคาลดลงอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ดังนั้นจากต้นทุนที่ลดลงเราก็สามารถนำบริการส่วนอื่นมาสร้างกำไรให้มากขึ้น

บริษัทจึงเลือกวิธีการสอนในด้านเทคโนโลยีโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าอย่างรวดเร็ว และเป็นจำนวนมากจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ หลังจากเมื่อได้กลุ่มลูกค้าแล้วทางบริษัทจะหาลูกค้าผู้ที่มีเป้าหมายในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวโดยการให้บริการนำเสนอ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ และทำการคิดค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับบริษัทต่อไป

1.5.2 ระบบที่สามารถเรียนรู้และใช้งานได้อย่างง่าย

การเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในผู้สูงอายุนั้น มีความพิเศษกว่าการเรียนรู้ของคนกลุ่มอายุอื่น ซึ่งต้องใช้เวลาทำความเข้าใจในตัวผู้สูงอายุก่อนว่า เป็นผู้ที่ไม่มีความชำนาญทางด้านการใช้งานเทคโนโลยี ต้องใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นพื้นฐานของเทคโนโลยี และมีความกลัวเรื่องความผิดพลาดในการใช้งาน ดังนั้นต้องพยายามทำให้ผู้สูงอายุมิทัศนคติในเรื่องความกล้าในการใช้งาน เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นที่จะสามารถผลักดันให้ผู้สูงอายุมีความต้องการในการใช้งานต่อไป นอกจากนี้สภาพร่างกายของผู้สูงอายุยังเป็นอุปสรรคสำคัญ เช่น สายตา สมอ และแขนขา ที่

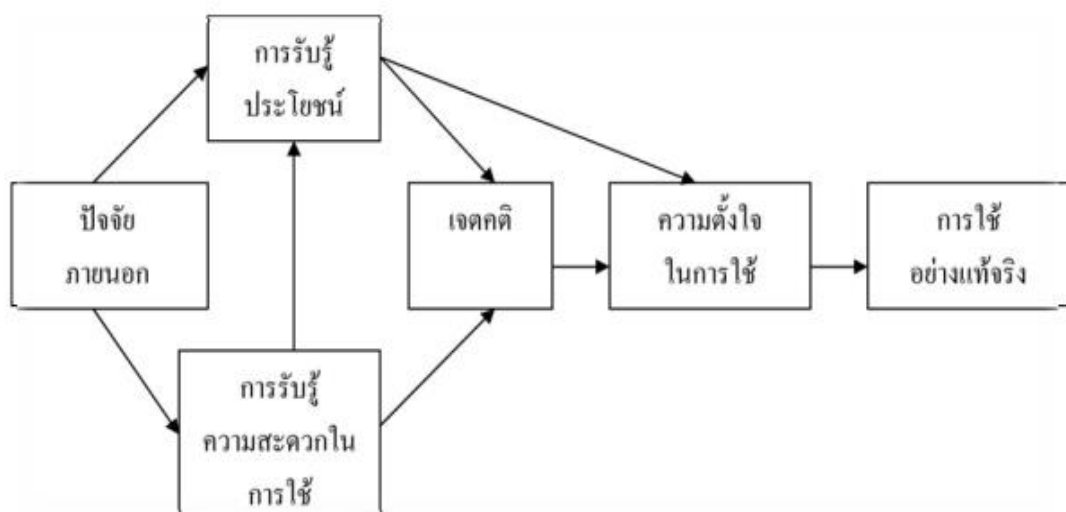
เสื่อมสภาพลง ดังนั้นจึงต้องอาศัยประโยชน์ทางด้านเทคโนโลยีในการนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้เข้ากับสังคมของผู้สูงอายุ

การยอมรับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM ซึ่งถูกเสนอโดย Davis (1985) เป็นผู้นำเอาแนวคิดพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มาผนวกกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล สร้างเป็นแบบจำลองอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้ดังแสดงในรูปภาพ 1.5 มีจุดประสงค์เพื่อเป็นแบบแผนการยอมรับทางเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการประเมินระดับของการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบเริ่มจากการพิจารณาจากตัวแปรภายนอกคือ ที่ส่งผลกับผู้ใช้ใน 2 ลักษณะคือ

การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งในที่นี้ก็คือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้สูงอายุ เห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานเทคโนโลยีในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้รับรู้ถึงจุดประสงค์ในการใช้งาน ก่อนการเรียนการสอน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งต้องอาศัยการสอนในกลุ่ม การให้ช่วยเหลือกัน และสร้างสังคมออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดความสนุกสนาน การสร้างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และความเพลิดเพลินในการใช้เทคโนโลยี ทำให้มีประสบการณ์และยังสามารถพัฒนาทักษะมากขึ้นด้วย

ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งเริ่มต้นที่จะส่งผลกับการสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้งาน (Attitude toward Using) ซึ่งจะก่อให้เกิดการแสดงออกมาทางพฤติกรรมที่มีความตั้งใจ (Behavioral Intention) ต้องการที่จะเรียนรู้มากขึ้น ส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีที่ได้รับจากการเรียนการสอนมาใช้งานได้ ในที่สุด (Actual Use)



รูปภาพ 1.5 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis and others , 1985)

ดังนั้นบริษัทจึงอาศัยกรอบแนวความคิดดังกล่าวมาสร้างแนวทางการสอน และแนวทางการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

หลังจากการเปลี่ยนแปลงให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติที่ดีในการใช้งานแล้ว การพัฒนาระบบต่าง ๆ เช่น ระบบเว็บไซต์ให้เป็นเว็บไซต์ที่ผู้สูงอายุจะสามารถเข้าถึงได้นั้นจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นในการ ออกแบบเว็บไซต์เพื่อการเข้าถึงสารสนเทศสำหรับ ผู้สูงอายุ ควรจะตระหนักถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของ ผู้สูงอายุ เช่น สายตาที่มองไม่ค่อยชัด ความสามารถในการใช้เมาส์ที่ลดลง สติ และการจดจำที่ลดลง ฯลฯ ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ควรจะยึดตาม แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ที่ทุกคน เข้าถึงได้ (Thai Web Content Accessibility Guideline 2010 : TWAG 2010) ซึ่งแสดงตัวอย่างเว็บไซต์ในรูปภาพ 1.6 ได้กำหนดหลักการออกแบบเว็บไซต์ไว้ 4 หลักการ คือ 1) สามารถรับรู้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ ข้อความที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ นั่นคือ ขนาด ตัวอักษรที่ใหญ่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน สีของข้อความที่ความแตกต่างระหว่างพื้นหลังเพื่อเอื้อต่อการอ่าน การใช้คำศัพท์ที่เข้าใจได้ง่าย การใช้ภาพแทนข้อความในการสื่อความหมาย 2) สามารถใช้งานได้ เช่น การออกแบบให้สามารถเข้าถึงทุกส่วนด้วยการใช้แป้นพิมพ์เพียงอย่างเดียว ระบบนำทางและค้นหา (Navigations) ที่เหมาะสม ไม่ซับซ้อน การจัดกลุ่มสารสนเทศที่ชัดเจน 3) สามารถเข้าใจได้ ทำให้ผู้ใช้สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย มีระบบช่วยเหลือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดและมีการแนะนำวิธีแก้ไขปัญหา 4) คงทนต่อความเปลี่ยนแปลง การออกแบบเว็บไซต์ที่รองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2553)



OLD IS YOUNG
WWW.OLDISYOUNGINBKK.COM

รัก
กรุงเทพ
และทุกคนในวัย

ระเบียงบ้าน ห้องรับแขก ห้องสมุด ห้องบันเทิง ห้องสกายอาร์คน์



รูปภาพ 1.6 ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการรับรอง TWAG ที่มา : oldisyounginbkk.com

การจะสามารถทำให้ผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องสร้างความง่ายในการใช้งานให้กับผู้สูงอายุ โดยอาศัยแนวความคิดต่าง ๆ ทั้งทางด้านทัศนคติและด้านร่างกาย โดยในด้านทัศนคติต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้สูงอายุให้ยอมรับการใช้งานโดยอาศัยแนวความคิดการยอมรับทางเทคโนโลยีมาช่วย เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะเรียนรู้และใช้งานอย่างจริงจัง ส่วนทางด้านร่างกาย ต้องอาศัยความง่ายในการเข้าถึง ซึ่งทางบริษัทยึดเป็นหลักการสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ดังนั้นการพัฒนาการเรียนการสอนและการพัฒนาระบบการให้บริการ จึงต้องอาศัยกรอบแนวความคิดที่กล่าวมาแล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และการสร้างระบบให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมด โดยคำนึงถึงด้านสภาพร่างกายที่เปลี่ยนไปตามอายุ เป็นจุดประสงค์หลักในการให้บริการ

1.5.3 การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการรวมกลุ่มลูกค้า

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคมที่มีการใช้ประโยชน์ทางด้านเทคโนโลยีมาพัฒนาเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายหรือระบบในการตอบสนองความต้องการทางสังคมซึ่งมีจุดประสงค์มุ่งเน้นในการสร้างและสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความสนใจหรือมีกิจกรรมสามารถทำร่วมกันตลอดเวลา บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ ซึ่งให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตและสร้างประสบการณ์ร่วมกัน

การเกิดและเติบโตขึ้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เริ่มต้นมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจากเว็บ 1.0 (เว็บเนื้อหา) มาสู่เว็บ 2.0 (เว็บเชิงสังคม) ซึ่งจุดเด่นที่สำคัญของเว็บ 2.0 คือ การที่ผู้ใช้งานมีความสามารถในการสร้างเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตัวเอง โดยที่ทีมงานหรือผู้ดูแลเว็บไซต์อาศัยเพียงดูแลระบบ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น User Generate Content ซึ่งข้อดีของการที่ผู้ใช้เข้ามาสร้างเนื้อหาได้เอง ทำให้สามารถผลิตเนื้อหาได้เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของมุมมองความคิดต่าง ๆ เพราะจากเดิมผู้ดูแลจะมีเพียงคนหรือกลุ่มเดียวที่เป็นคนคิดและเป็นคนกระจายเนื้อหาไปสู่กลุ่มคนทั่วไป (ภาณุวัฒน์ กองราช, 2554) สังคมออนไลน์ได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท เพื่อให้ตอบสนองการใช้งานอย่างมากที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นแต่ละประเภทตามการใช้งานได้ดังนี้ (ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาโล, 2556)

สร้างและประกาศตัวตน เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งใช้สำหรับให้ผู้ใช้งานได้มีสิทธิใช้พื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถเผยแพร่เรื่องราวและรายละเอียดต่าง ๆ ของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะอยู่ในหลากหลายรูปแบบเช่น รูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อกของตัวเอง

นอกจากนี้ยังเป็นเว็บที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ ทั้งการหาเพื่อนใหม่หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้พบเจอไปนาน การเขียนบทความที่สนใจได้อย่างเสรี ตัวอย่างสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Facebook, Twister ,google plus เป็นต้น

สร้างและประกาศผลงานด้วยความคิดสร้างสรรค์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่มีความต้องการจะแสดงออกและนำเสนอผลงานความสามารถของตัวเองออกมา ซึ่งสามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุม โลกผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) จำลองขึ้นมาซึ่งใช้จัดโชว์ผลงานของตัวเอง ตัวอย่างเช่น วิดีโอ ภาพถ่าย ภาพวาด เพลง เป็นต้น โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อแพร่เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ YouTube, Flickr, Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

พฤติกรรมความชอบในสิ่งเดียวกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บไซต์ที่มีไว้ในเครื่องคนเดียวนำมาเก็บไว้และแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้สามารถนำมาแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถสร้างเป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ นอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่ผู้ใช้คิดว่ามีข้อมูลที่ น่าสนใจและเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr และ Reddit เป็นต้น

การทำงานร่วมกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดทางด้านต่าง ๆ จากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมามีการพัฒนา และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถ้ามองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภาคภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และยังทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้า หรือบริการ เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น

ประสบการณ์การใช้งานเสมือนจริง เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะส่วนใหญ่เป็นเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นที่นิยมมากผ่านระบบเว็บไซต์เพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย โดยผู้ให้บริการ มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นทั้งรูปแบบเกม 2 และ 3 มิติซึ่งผู้ใช้สามารถจำลองตามบทบาทในเกม ผู้เล่นยังสามารถติดต่อสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง ทำให้ผู้ใช้สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของตัวเองตามที่ชอบ อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจ และมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิงและได้ทำร่วมกัน เช่น Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยเฉพาะซึ่งเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติ ข้อมูล และผลงานที่น่าสนใจของตนเอง นอกจากนี้บริษัทที่มีความสนใจจะต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในฐานข้อมูลเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn และ Jobdb เป็นต้น

เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer : P2P) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นแหล่งเชื่อมต่อข้อมูลกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ถูกส่งหากันได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ที่ต้องการได้อย่างทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

การใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีช่องทางให้เลือกมากมาย ทางบริษัทใช้วิธีการดำเนินงานด้วยสังคมออนไลน์ เพราะแนวโน้มการใช้งานสังคมออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมซึ่งได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น นอกจากนี้ทางบริษัทยังเพิ่มฐานลูกค้าด้วยการด้วยการสอน และสร้างสังคมออนไลน์ขึ้นมาเชื่อมความสัมพันธ์กันในกลุ่ม เพื่อให้เจ้าของกิจการโฆษณาสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้รูปแบบการใช้งานต่าง ๆ ของสังคมออนไลน์ จะเห็นถึงความสามารถในการทำงานหลากหลายด้านซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของสังคมปัจจุบัน ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงนำข้อดีของแต่ละรูปแบบมาพัฒนาและออกแบบการให้บริการให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น การสร้างเว็บบอร์ดสังคมออนไลน์ขึ้นมา ซึ่งผู้สูงอายุที่มีความชอบเดียวกันจะสามารถสร้างตัวตนขึ้นมาในโลกออนไลน์และเข้าร่วมกลุ่มกันตามสิ่งที่ตัวเองสนใจ นอกจากนี้เกิดการบอกต่อ ๆ กัน ทำให้ผู้สูงอายุที่ยังมีความกลัวในด้านเทคโนโลยีหันมาสนใจอีกด้วย

1.6 สินค้าและบริการ

ทางบริษัทซึ่งจ่ายค่าบริการ จำกัด มีการให้บริการในลักษณะลูกค้าหลายด้าน ดังนั้นการบริการจึงต้องตอบสนองกับลูกค้าทั้ง 2 ด้านตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งสามารถแบ่งการให้บริการออกได้เป็นดังนี้

1.6.1 การบริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

ซึ่งการบริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น

1. การให้บริการการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ดำเนินการสอนโดยวิทยากรผู้ที่มีความรู้ความสามารถโดยไม่คิดค่าบริการ ซึ่งจะจัดการสอนทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ วันละ 2 รอบ รอบเช้าเริ่มตั้งแต่เวลา 9.00 – 12.00 น. และรอบบ่ายเริ่ม 13.00 – 17.00 น. เนื้อหาที่สอนจะเกี่ยวกับการใช้งานสังคมออนไลน์ขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงขั้นสูง เช่น การใช้งานเว็บไซต์ การใช้งานไลน์ เฟซบุ๊ก และการเล่นเกมต่าง ๆ ตามตารางที่วิทยากรกำหนด ผู้เรียนทุกท่านจะต้องสมัครเป็นสมาชิกของชมรม และจะได้รับ Account สำหรับการเข้าสู่สังคมออนไลน์ของทางสถาบัน ซึ่งสมาชิกสามารถสร้างห้องขึ้นมาเพื่อตั้งกลุ่มในสิ่งสนใจเฉพาะร่วมกันได้ โดยจะได้รับการช่วยเหลือและให้คำแนะนำจากผู้สอน

2. การให้บริการข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการให้บริการให้บริการข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การดูแลรักษาสุขภาพ ข้อมูลการรักษาโรค ข่าวสาร และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผ่านระบบสังคมออนไลน์ ซึ่งจะมีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังให้บริการตอบคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานสำหรับสมาชิก ผ่านระบบออนไลน์

1.6.2 การให้บริการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ดำเนินการให้บริการประชาสัมพันธ์กับเจ้าของกิจการ ที่ต้องการนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้สูงอายุ และบุคคลทั่วไป สามารถนำ Banner มาฝากที่เว็บไซต์ และฝากโฆษณาผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของทางบริษัทฯ ซึ่งมีให้เลือกหลากหลายช่องทาง ตามรูปแบบที่ทางบริษัทกำหนด

1.7 ขั้นตอนการให้บริการ

เพื่อที่จะสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นทางบริษัทจึงกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานทั้งทางด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ และด้านการให้บริการโฆษณา ดังนี้

1.7.1 ขั้นตอนการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนการบริการหลัก ๆ 5 ขั้นตอน จะเริ่มตั้งแต่

1. ขั้นตอนการนำเสนอหลักสูตรและโปรแกรมการสอนให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถดูรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ การโทรสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์และเครื่องมือของ Social Network ทั้งหมด

2. ขั้นตอนการสำรองที่นั่ง ลูกค้าสามารถจองผ่านหน้าเว็บไซต์ได้ทันที หรือสามารถจองผ่านช่องทางการโทรศัพท์ และทาง Social Network
3. ขั้นตอนการลงทำเบียนและสมัครเป็นสมาชิก ซึ่งสามารถทำได้ด้วยตัวเองในเว็บไซต์หลังจากมีการสำรองที่นั่งแล้ว หรือสามารถทำได้ก่อนในสถานที่เปิดการอบรมก่อนการเรียนการสอนจะเริ่มขึ้น ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำในการสมัครสมาชิก หลังจากนั้นผู้เรียนจะได้รับ Account ในการเข้าสู่ระบบของทางชม ได้แก่ Website ของทางชมรม Facebook ของทางชมรม และ Line ของทางชมรม (ผู้เรียนต้องมีอุปกรณ์โทรศัพท์) เป็นต้น
4. ขั้นตอนการรับบริการ ผู้เรียนต้องนำอุปกรณ์ที่ได้แจ้งไปในหน้าเว็บไซต์มาเพื่อใช้ประกอบการสอน หลังจากนั้นอาจารย์ผู้สอนและผู้ช่วย จะดำเนินการสอนซึ่งการสอนจะเป็นทั้งภาคทฤษฎีพร้อมกับภาคปฏิบัติ
5. หลังจากจบการเรียนการสอน ผู้เรียนสามารถ login เข้าสู่ระบบ Social network ของทางบริษัทฯ เพื่อเข้าสู่ชมรมออนไลน์ และรับข้อมูลต่าง ๆ

1.7.2 ขั้นตอนการให้บริการด้านโฆษณา โดยมีขั้นตอนการบริการหลัก ๆ 6 ขั้นตอน โดยจะเริ่มตั้งแต่

1. ติดต่อกับบริษัทตัวแทนโฆษณา เพื่อนำเสนอบริการของบริษัท และนำเสนอไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ลูกค้านำเสนอการบริการและตกลงทำสัญญา ตามประเภทผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทางบริษัทฯ ได้ทำการนำเสนอ
3. ชำระเงิน
4. ผู้ดูแลระบบจะแจ้งรายละเอียดและข้อมูลต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องเตรียมการ
5. ลูกค้าส่งข้อมูลรูปแบบการโฆษณา และรายละเอียดให้กับผู้ดูแลระบบ
6. ผู้ดูแลระบบทำการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าได้เลือกไว้

1.8 วิสัยทัศน์

“เป็นชมรมออนไลน์สมัยใหม่ที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีกับผู้สูงอายุ และเป็นแหล่งรวมข่าวสารที่รู้จักไปทั่วประเทศ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันร่วมกันได้อย่างมีความสุข”

1.9 พันธกิจ

- มุ่งเน้นการสอนเทคโนโลยี Social network และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เบื้องต้น เพื่อสร้างสมาชิก
- มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้ด้วยตัวเอง เพื่อหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สำหรับดูแลสุขภาพตัวเองเป็นสำคัญ
- มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว และญาติมิตร โดยใช้เทคโนโลยีเป็นสะพานเชื่อมหากัน
- มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวสารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้สูงอายุ
- พัฒนาการสอน ให้เรียนรู้ได้ง่ายที่สุด
- พัฒนาระบบให้ใช้งานได้ง่ายที่สุด เพื่อนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

1.10 เป้าหมายธุรกิจ

1.10.1 เป้าหมายระยะสั้น (1ปี)

- เผยแพร่และทำการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ เพื่อสร้างทัศนคติการเรียนรู้ทางเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ และแสดงจุดยืนของบริษัท (การสร้าง Awareness)
- สร้างจำนวนสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ (ยอดกด Follow, ยอด Like) ให้ได้ขั้นต่ำ 100,000 คน

1.10.2 เป้าหมายระยะกลาง (3ปี)

- ขยายฐานลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า
- ขายโฆษณากับลูกค้าได้จำนวนขั้นต่ำ 20 ราย
- สร้างจำนวนสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ (ยอดกด Follow, ยอด Like) ให้ได้ขั้นต่ำ 200,000 คน
- สร้างระบบตั้งคอมออนไลน์ของตนเองขึ้นมาให้บริการสมาชิกในกลุ่มได้

1.10.3 เป้าหมายระยะยาว (5ปี)

- สร้างจำนวนสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ (ยอดกด Follow, ยอด Like) ให้ได้ขั้นต่ำ 300,000 คน
- ขยายโฆษณากับลูกค้าได้จำนวนขั้นต่ำ 25 ราย
- ขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มที่กำลังเข้าสู่ผู้สูงอายุ (อายุ 50-60 ปี)
- เห็นสัญญาณระยะยาวในการให้บริการโฆษณา



บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและตลาด

ในปัจจุบันอายุขัยเฉลี่ยของผู้สูงอายุที่มีเพิ่มมากขึ้น และอัตราการเกิดมีจำนวนลดลง จึงทำให้มีแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น ด้วยจำนวนประชากรที่มากขึ้นนี้เอง จึงเป็นสาเหตุทำให้อุตสาหกรรมและตลาดมีการขยายขึ้นเพื่อตอบสนองกับจำนวนลูกค้าที่มากขึ้นตามตลาดการแข่งขัน ผู้ผลิตจึงหันมาสนใจธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น แต่ผู้สูงอายุในสมัยใหม่มีความแตกต่างไปจากสมัยก่อน ทั้งในด้านสภาพเศรษฐกิจและพฤติกรรมการใช้ชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นจึงต้องอาศัยการวิเคราะห์และศึกษาถึงข้อมูลของอุตสาหกรรมและตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมสมัยใหม่

สังคมประเทศไทยในปัจจุบัน แม้ว่าจะเป็นสังคมที่มีการปลูกฝังให้ลูกหลานมีหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว แต่จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติจะพบว่า ด้วยสัดส่วนผู้สูงอายุที่มากขึ้นสวนทางกับวัยทำงานที่ลดลงจึงทำให้ลูกหลานต้องทำงานมากขึ้นเวลาในดูแลผู้สูงอายุจึงน้อยลงตามไปด้วย อีกทั้งในอนาคตการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุที่ต้องอยู่คนเดียวซึ่งมีสาเหตุมาจากแนวโน้มการมีบุตรน้อยลง ดังนั้นธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจะเป็นธุรกิจอันดับต้น ๆ ที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยคาดว่าในระยะแรกจะเป็นโอกาสของธุรกิจที่ให้บริการดูแลผู้สูงอายุเป็นระยะสั้น ๆ เช่น การรับดูแลระหว่างวัน และการรักษาพักฟื้น อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้สูงอายุที่ยังน้อยทำให้การขยายตัวของธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุในระยะสั้นจะยังเติบโตได้ไม่มากนัก ในขณะที่ระยะยาวนั้น ความต้องการด้านธุรกิจจะเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนของผู้สูงอายุ

ในเชิงเศรษฐกิจไม่เพียงแต่จำนวนลูกค้าที่กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กำลังการซื้อของลูกค้าในกลุ่มนี้ยังเพิ่มขึ้นอีกด้วย เพราะผู้สูงอายุสมัยใหม่จะมีรายได้สูงกว่าในยุคก่อน ๆ ซึ่งมาจากการมีงานทำ จากข้อมูลรายงานการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 10,014,699 คน มีงานทำอยู่ร้อยละ 39.5 ซึ่งจากเดิมในปี พ.ศ. 2537 มีเพียงร้อยละ 31.9 และพบว่าร้อยละ 59.4 ของผู้สูงอายุตอบว่ามีรายได้เพียงพอ ซึ่งมากกว่าในปีก่อน ๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่มีมากขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุมีกำลังการซื้อเพิ่มขึ้น ปรากฏการ

ดังกล่าวนี้ได้เกิดขึ้นทั่วทุกประเทศทั่วโลก จากจุดนี้เองทำให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนจำนวนมากให้ความสนใจกับลูกค้าในกลุ่มนี้ โดยจะมีการผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อมากขึ้น (สังคมผู้สูงอายุ กับโอกาสทางธุรกิจที่รออยู่, 2557)

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจของบริษัทฯ ที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ จึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงถือโอกาสในการนำมาวิเคราะห์และศึกษาถึงสภาพอุตสาหกรรมและตลาดที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป เพื่อนำมาพัฒนาให้ตอบสนองกับลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุทั้งในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)

ใช้การวิเคราะห์ภายนอกอุตสาหกรรมการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ โดยเทคนิค Five Force Model

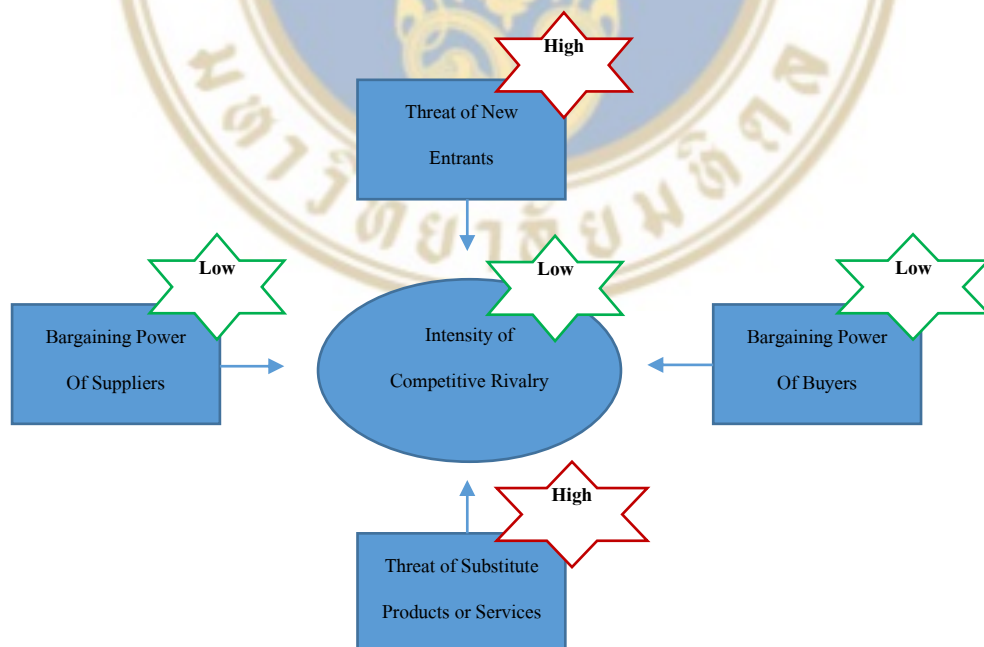
1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors) ในอุตสาหกรรมและตลาดสำหรับผู้สูงอายุ กำลังได้รับความนิยมตามกล่าวมาแล้ว แต่ในทางกลับกันถ้าเป็นธุรกิจการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความลำบากในการใช้งาน เพราะยังไม่มีประสบการณ์ในด้านนี้ และต้องเรียนรู้และต้องการปรับตัวให้เข้ากับระบบเทคโนโลยีในปัจจุบันตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ซึ่งจากข้อมูลในอินเทอร์เน็ตพบว่า มีชมรมเพียงชมรม OPPY CLUB เปิดการสอนโดยให้ข้อมูลผ่านหน้าเว็บไซต์ www.happyoppy.com ของสถาบันเอง ส่วนผู้ให้บริการสอนอื่น ๆ จะเปิดเพียงคอร์สการสอนสั้น ๆ หรือจัดการสอนเทคโนโลยีเป็นแค่เพียงกิจกรรมส่วนหนึ่งเท่านั้น และการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีเท่าที่ควร ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุยากต่อการเรียนรู้ ส่วนระบบการให้บริการทางด้านสังคมออนไลน์ ก็ยังยากต่อการใช้งานกับผู้สูงอายุ เช่น การใช้เว็บไซต์ที่มีตัวอักษรขนาดเล็ก และการใช้งานระบบต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อน ดังนั้นการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจึงค่อนข้างต่ำ เพราะทั้งการสอนและการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะนั้นยังมีอยู่จำนวนน้อย

2. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrants) เนื่องจากการเข้าตลาดไม่มีข้อจำกัดมากนัก เพราะอาศัยเพียงผู้สอน ผู้พัฒนาระบบ และอุปกรณ์ในการให้บริการ นอกจากนี้การที่เทคโนโลยีพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มีราคาถูกลงอย่างมาก ดังนั้นการตั้งหรือยกเลิกกิจการในธุรกิจนี้ถือว่าสามารถทำได้ง่าย

3. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services) เนื่องจากจุดประสงค์ของทางบริษัทต้องการให้ผู้สูงอายุใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และไม่คิดค่าใช้จ่ายในการบริการ ดังนั้นสินค้าทดแทนการให้บริการทางด้านเทคโนโลยี จึงค่อนข้างกว้าง เพราะรวมกิจกรรมทั้งหมดที่ผู้สูงอายุใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การเข้าวัด การออกกำลังกาย การอ่านหนังสือ ซึ่งจะเห็นได้ว่าความหลากหลายในด้านการใช้ชีวิตประจำวันทำให้ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนจะจัดอยู่ในระดับสูง

4. อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมากทำให้ผู้ผลิตแข่งขันกัน เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ออกมากันอย่างแพร่หลาย ทำให้ราคาอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นในการสอนลูก และยังมีทางเลือกใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการต่อรองให้ทางโรงเรียนมากขึ้นด้วย ดังนั้นในด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายจึงอยู่ในระดับต่ำ

5. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers) เนื่องจากการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะทางนั้นยังไม่แพร่หลาย การเข้ามาเริ่มต้นธุรกิจของทางบริษัท ๆ จะสร้างการรับรู้เป็นอย่างดี อีกทั้งทางเลือกในระยะแรกของผู้สูงอายุยังมีจำกัดและยังไม่คิดค่าใช้จ่ายในการสอน แต่หากตลาดเริ่มมีคนหันมาสนใจและเข้ามาแข่งขัน อำนาจต่อรองของลูกค้าก็จะสูงขึ้น ดังนั้นอำนาจการต่อรองของลูกค้าจึงอยู่ในระดับต่ำ



รูปภาพ 2.1 บทสรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรมการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุจากการวิเคราะห์ด้วยวิธี Five Force

จากข้อมูลการวิเคราะห์ภายนอกอุตสาหกรรมทั้งการให้บริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยวิธี Five Force สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุนั้น น่าสนใจในการลงทุน เพราะว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องจะมีผลกระทบต่ำ จะมีเพียงปัจจัยด้านภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่และสินค้าทดแทนที่มีผลกระทบสูง ซึ่งสาเหตุมาจากต้นทุนในการลงทุนมีมูลค่าไม่สูงนัก ทำให้การเข้าออกในอุตสาหกรรมสามารถทำได้ง่ายและผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังยึดติดการใช้ชีวิตประจำวันแบบเดิมอยู่ ดังนั้นการแก้ปัญหาดังกล่าว ต้องอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการดำเนินงานและด้านการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าและความสัมพันธ์ จนทำให้ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ระหนกกับลูกค้า

2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุด้วยเทคนิค SWOT

2.3.1 Strength (จุดแข็ง)

- ใช้แนวคิด TAM ในการสอน ซึ่งให้ผู้สูงอายุเข้าใจถึงประโยชน์การใช้เทคโนโลยี และมีทัศนคติที่ดีในการใช้งาน
- มีระบบการให้บริการที่ออกแบบ และพัฒนามาเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ทำให้ใช้งานได้ง่าย
- ใช้ระบบ Social Network และการสร้างชมรมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ทำให้ลูกค้ามีความกล้าที่จะเรียนรู้จากเพื่อน และญาติมิตร
- ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการสอนและการให้บริการ

2.3.2 Weakness (จุดอ่อน)

- ลูกค้าต้องนำอุปกรณ์ในการเรียนมาเอง เช่น Smart phone ต่าง ๆ
- บุคลากรอาจไม่เพียงพอต่อการสอน

2.3.3 Opportunity (โอกาส)

- แนวโน้มสังคมผู้สูงอายุภายในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น

- แนวโน้มเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถสร้างระบบที่มารองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีราคาถูกลง
- แนวโน้มการใช้ชีวิตสังคมในปัจจุบัน เป็นแบบพึ่งพาเทคโนโลยี
- การสนับสนุนกลุ่มผู้สูงอายุของภาครัฐบาล และหน่วยงานต่าง ๆ
- ผู้สูงอายุมีพื้นฐานความรู้ทางเทคโนโลยีมากขึ้น

2.3.4 Threat (อุปสรรค)

- ผู้สูงอายุไม่สม่ำเสมอ
- สุขภาพร่างกายที่เสื่อมถอยของผู้สูงอายุ เช่น โรคเกี่ยวกับทางตา

จากข้อมูลการวิเคราะห์ภายนอกอุตสาหกรรมทั้งการให้บริการด้านเทคโนโลยีผู้สูงอายุ ด้วยวิธี SWOT จะพบว่า ทางบริษัทจะมีจุดแข็งที่สำคัญคือ การสอนที่ง่ายและไม่คิดค่าใช้จ่ายกับลูกค้า อาจจะส่งผลให้มีลูกค้าจำนวนมากก็จะคาดเคลื่อนอุปกรณ์และบุคลากรในการสอน ส่วนเรื่องของโอกาสจะขยายตามโครงสร้างทางสังคมที่กำลังจะเปลี่ยนไปในอนาคตและอุปสรรคสำคัญคือ ร่างกายที่เสื่อมไปของผู้สูงอายุ

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)

การให้บริการด้านเทคโนโลยีของทางบริษัทฯ จะประกอบด้วย การให้บริการการสอนทางด้านเทคโนโลยีและการให้บริการด้านข้อมูลออนไลน์ ดังนั้นจึงยังไม่มีคู่แข่งโดยตรงที่ให้บริการในลักษณะดังกล่าว จะมีแต่คู่แข่งทางอ้อมที่เป็นสถาบันบันการสอนเทคโนโลยี และสถาบันต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุใช้ทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน โดยมีดังต่อไปนี้

2.4.1 คู่แข่งทางอ้อมการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

1. บริษัท OPPY CLUB By Loxley ชมรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้สูงอายุ ตั้งอยู่ที่อาคาร Loxley Public Company Limited โดยมีการคิดค่าบริการการเรียนขั้นต้นซึ่งให้ผู้สูงอายุเลือกเรียนได้ในวันธรรมดา ราคา 3,800 บาท วันเสาร์ราคา 4,800 บาท หลักจากนั้นจึงสามารถเลือกเรียนคอร์สพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติมได้โดยค่าบริการจะคิดตามรายการที่สอนซึ่งมีราคาประมาณ 800-3,000 บาท

จุดแข็ง

- มีคอร์สการเรียนการสอน และกิจกรรมที่หลากหลายให้ผู้สูงอายุได้เลือกเรียน

- มีสถานที่พร้อมต่อการเรียนการสอน
- มีการทำ SEO หรือ Search engine optimization ทำให้การค้นหาผ่านเว็บไซต์ได้ง่าย

และมีรายละเอียดการสอนที่ชัดเจน

จุดอ่อน

- ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนสูง
- ต้องนำอุปกรณ์ไปเรียนเอง
- มีสถานที่สอนเพียงที่เดียว ทำให้ผู้สูงอายุที่อยู่ไกลเดินทางลำบาก

2. บริษัท Asia MediaSoft ตั้งอยู่ที่ตึกช้างอาคาร บี ชั้น 21 ลีแวก รัชโยธิน เปิดอบรมหลักสูตร คุณค่าดอทคอม สอนการใช้งานคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน หลักสูตร 6 ชั่วโมงค่าใช้จ่าย 1,200-3,900 บาทตามแพ็คเกจที่ลูกค้าเลือก

จุดแข็ง

- มีสถานที่พร้อมต่อการเรียนการสอน
- มีอุปกรณ์ให้สำหรับการสอน

จุดอ่อน

- ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนสูง
- การแจ้งรายละเอียดข้อมูลในการให้บริการน้อย
- มีการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ยากต่อการรับรู้ของผู้สูงอายุ
- มีสถานที่สอนเพียงที่เดียว ทำให้ผู้สูงอายุที่อยู่ไกลเดินทางลำบาก

3. ร้านซ่อมคอม.net ตั้งอยู่แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ เปิดสอนการใช้งานคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน หลักสูตร 6 ชั่วโมงค่าใช้จ่าย 3,500 บาท

จุดแข็ง

- รับบริการสอนนอกสถานที่
- มีอุปกรณ์ให้สำหรับการสอน สำหรับลูกค้าที่มาเรียนที่ร้าน

จุดอ่อน

- ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนสูง
- การแจ้งรายละเอียดข้อมูลในการให้บริการน้อย
- มีการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้ยากต่อการรับรู้ของผู้สูงอายุ

2.4.2 คู่แข่งทางอ้อมการบริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

เนื่องจากทางบริษัทมีเป้าหมายหลักในการสร้างฐานลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ดังนั้นธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุมีความสนใจจึงถือว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อมของบริษัท

1. ชมรมผู้สูงอายุ ที่ให้การสนับสนุนจากรัฐบาล เพื่อส่งเสริม และพัฒนาสังคมของผู้สูงอายุให้มีความสุข โดยมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับผู้สูงอายุเกี่ยวกับการออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพจิตเช่นการสวนมนต์ จากข้อมูลของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 44,344 คน

จุดแข็ง

- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการมีราคาต่ำ หรือไม่มีเลย
- ใกล้แหล่งชุมชน

จุดอ่อน

● การบริการไม่ตรงกับความต้องการลูกค้า เพราะจะเปิดตามที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเท่านั้น

- ความไม่สม่ำเสมอในการให้บริการ
- การดูแลไม่ทั่วถึง
- ขาดแคลนอุปกรณ์

2. วัดและสถานที่ปฏิบัติธรรม ซึ่งผู้สูงอายุจะอาศัยเป็นที่พึ่งทางจิตใจ โดยส่วนใหญ่จะไม่คิดค่าใช้จ่าย และมีสถานที่จำนวนมากจึงสะดวกในการเดินทาง

จุดแข็ง

- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการมีราคาต่ำ หรือไม่มีเลย
- ใกล้แหล่งชุมชน

จุดอ่อน

- มีกฎ ระเบียบที่เคร่งครัด

จากการวิเคราะห์คู่แข่งของธุรกิจ จะพบว่าในด้านการสอนเทคโนโลยีทางบริษัทจะได้เปรียบคู่แข่งอย่างเด่นชัดในเรื่องของการไม่คิดค่าใช้จ่ายในการสอน ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุมีโอกาสที่จะสามารถได้เรียนรู้สิ่งที่ไม่เคยชินมาก่อนโดยไม่ต้องกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย แต่สิ่งที่เสียเปรียบคือเครื่องมือในและสถานที่ที่อาจจะไม่พร้อมรองรับกับจำนวนสมาชิก ส่วนในด้านการให้บริการเทคโนโลยีที่จะเป็นการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุนั้นสิ่งที่ได้เปรียบคือ สังคมในปัจจุบันที่มีการใช้

เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายซึ่งจะช่วยดึงคุณให้ผู้สูงอายุหันมาใช้บริการทางด้านเทคโนโลยีมากขึ้น แต่สิ่งที่เสียเปรียบคือพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่ยังคงยึดติดกับสังคม และการใช้ชีวิตประจำวันแบบเดิม



บทที่ 3

แผนการตลาด

เนื่องจากบริษัทใช้ง่ายคลับ จำกัด เป็นบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า ทางบริษัทจึงตระหนักถึงการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจจะต้องดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการวางแผนและกำหนดแผนการตลาด โดยมุ่งเน้นให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า และสร้างคุณค่ากับลูกค้าดังนี้

3.1 การแบ่งส่วนการตลาด

3.1.1 ส่วนแบ่งส่วนตลาดการบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีการแบ่งส่วนทางการตลาดโดยใช้ปัจจัยดังนี้

- แบ่งตามข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ พื้นที่การให้บริการ
- แบ่งตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุจะมีเวลาว่างค่อนข้างมาก ทำให้มีเวลาว่างสำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การดูโทรทัศน์ที่บ้าน การเล่นเกมส์ การออกกำลังกาย การเข้าวัดสวดมนต์ เป็นต้น

3.1.2 ส่วนแบ่งส่วนตลาดการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- แบ่งตามลักษณะสินค้าและบริการของลูกค้า
- แบ่งตามพื้นที่การให้บริการ

3.2 การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

3.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาดการบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

- กลุ่มเป้าหมายหลัก ลูกค้าผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีความสนใจในเทคโนโลยี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

- กลุ่มเป้าหมายรอง ลูกค้าผู้สูงอายุทั่วไป ที่ต้องการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรม

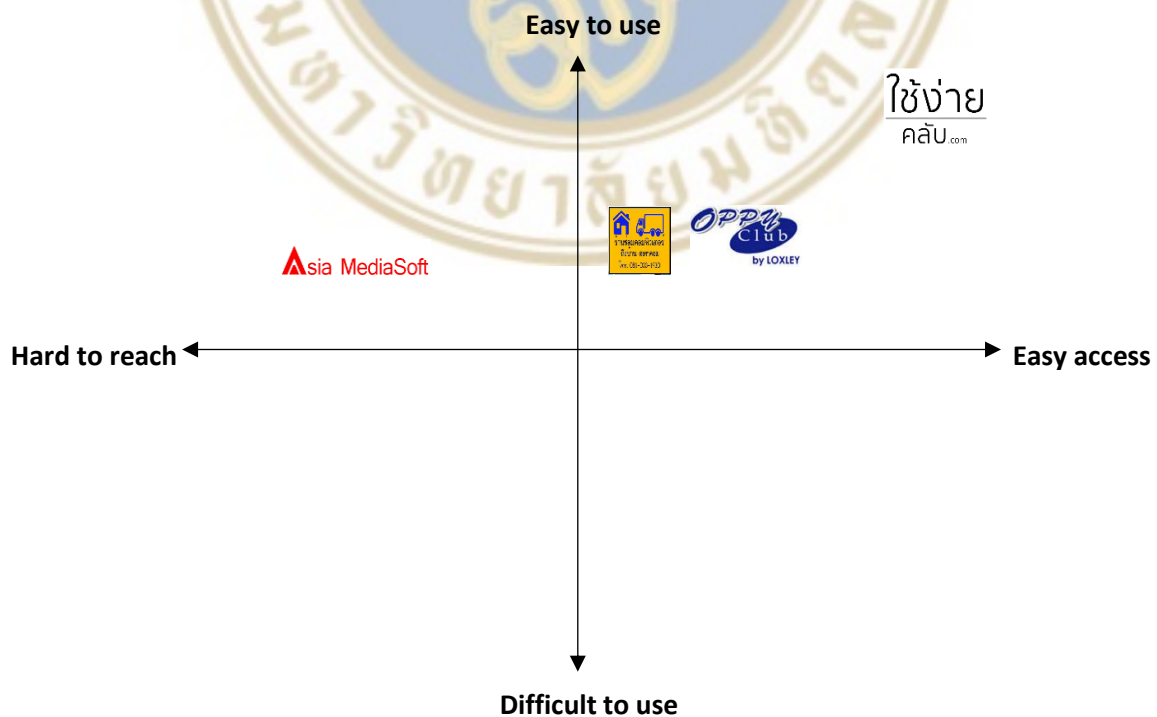
3.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตลาดการบริการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

- กลุ่มเป้าหมายหลัก ธุรกิจที่มีสินค้าและบริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

- กลุ่มเป้าหมายรอง ธุรกิจที่มีสินค้าและบริการทั่วไป ที่ต้องการใช้โฆษณาผ่านระบบออนไลน์

3.3 ตำแหน่งทางการตลาด

การวางแผนจัดตั้งบริษัทใช้ง่ายคลับ จำกัด มีการวางแผนที่จะเป็นบริษัทขนาดเล็กมีพนักงานประมาณ 10 คน และมุ่งหมายการให้บริการเทคโนโลยีโดยเน้นที่ความง่ายต่อการเข้าใจ และมีการใช้งานระบบสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการเข้าถึงผู้สูงอายุ โดยเปรียบเทียบกับกลุ่มคู่แข่งที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีได้ดังนี้



รูปภาพ 3.1 ตำแหน่งทางการตลาดการบริการด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

3.4 กลยุทธ์การตลาด

การจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น กลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะต้องนำมาวางแผนและออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ ดังนั้นทางบริษัทเลือกใช้คือกลยุทธ์การตลาด 4P (Product, Price, Place และ Promotion) ซึ่งนำมาวิเคราะห์และวางแผนการให้บริการทั้งทางด้าน การบริการการสอน การบริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ และการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

3.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

ก. ด้านการบริการการสอน ในการสร้างคุณค่ากับลูกค้าในด้านนี้ จะใช้วิธีที่ง่ายและทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายได้ที่ตั้งไว้ ทางบริษัทจึงได้วาง กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการไว้ดังนี้

- หลักสูตรที่สอนต้องมีความง่ายต่อการเรียนรู้
- สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุข
- ใช้หลักการการสอนตาม วิธี TAM เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีกับผู้สูงอายุ
- หลักสูตรที่สอนต้องเน้นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชมรม
- ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง
- เน้นการเรียนภาคปฏิบัติมากกว่าการเรียน เพื่อลดความน่าเบื่อ และยัง
- ให้บริการสอนคุณภาพดี
- สอนทุกวันเสาร์อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา รอบเช้า 8.00-12.00 น. รอบบ่าย 13.00-

17.00 น.

โดยมีหลักสูตรที่เปิดสอนมีดังนี้

ตาราง 3.1 หลักสูตรพื้นฐานและรายละเอียดที่เปิดสอน

หลักสูตร	รายละเอียด
1. หลักสูตรคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน	- สอนการใช้งานคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน - การเปิดคอมพิวเตอร์ การใช้เมาส์ - การใช้งาน Internet

ตาราง 3.1 หลักสูตรพื้นฐานและรายละเอียดที่เปิดสอน (ต่อ)

2. หลักสูตรการใช้งาน Smartphone	<ul style="list-style-type: none"> - สอนพื้นฐานการใช้งาน Smartphone ทั้งระบบ IOS และ Android - การลง application ต่าง ๆ - การใช้งาน Internet ผ่านมือถือ
3. หลักสูตรการใช้งาน Tablet	<ul style="list-style-type: none"> - สอนพื้นฐานการใช้งาน Tablet ทั้งระบบ IOS และ Android - การลง application ต่าง ๆ - การใช้งาน Internet ผ่าน Tablet

ตาราง 3.2 หลักสูตรชั้นกลางและชั้นสูงและรายละเอียดของหลักสูตรที่เปิดสอน

หลักสูตร	รายละเอียด
1. หลักสูตรการใช้งาน Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - สอนพื้นฐานการใช้งาน Facebook - การสมัครสมาชิก การเข้าร่วมชมรม - การจัดการภาพถ่าย
2. หลักสูตรการใช้งาน Line	<ul style="list-style-type: none"> - สอนพื้นฐานการใช้งาน Line - การสมัครสมาชิก การเข้าร่วมชมรม - การสร้างกลุ่ม
3. หลักสูตรการใช้งานการติดต่อสื่อสารผ่าน Skype และ Facetime	<ul style="list-style-type: none"> - สอนพื้นฐานการใช้งาน Skype และ Facetime - พื้นฐานการติดต่อสื่อสาร
4. หลักสูตรการใช้งานเว็บไซต์ของทางชมรม	<ul style="list-style-type: none"> - การสมัครสมาชิก - การเข้าสู่ชมรม
5. หลักสูตรการใช้เทคโนโลยีสำหรับความคิดสร้างสรรค์ เช่น การแต่งรูป การวาดรูป ด้วย Application ต่าง ๆ	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้งาน photo edit ชั้นพื้นฐาน - พื้นฐานการแต่งรูป
6. หลักสูตรการใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับการค้นหาข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานการใช้งาน search engine

ตาราง 3.2 หลักสูตรชั้นกลางและชั้นสูงและรายละเอียดของหลักสูตรที่เปิดสอน (ต่อ)

7. หลักสูตรการใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับการใช้งานเพื่อความบันเทิงด้วยโปรแกรม You tube	- พื้นฐานการใช้งาน Youtube - การสร้าง Account - การอัปโหลดวิดีโอ
8. หลักสูตรการใช้งานคอมพิวเตอร์สำหรับการจัดการด้านเอกสาร Word	- การใช้งาน Word ขั้นพื้นฐาน
9. หลักสูตรการใช้งานคอมพิวเตอร์สำหรับการจัดการด้านการนำเสนอ ด้วยโปรแกรม Power point	- การใช้งาน Power point ขั้นพื้นฐาน

ตาราง 3.3 หลักสูตรอื่น ๆ และรายละเอียดที่เปิดสอน

หลักสูตร	รายละเอียด
1. หลักสูตรสอนภาษาเบื้องต้น	- สอนการใช้ภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน - สอนการใช้งานภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์
2. หลักสูตรกฎหมายทางด้านเทคโนโลยี	- สอนวิธีการใช้งานเทคโนโลยีอย่างถูกต้อง
3. หลักสูตรการถ่ายภาพขั้นพื้นฐาน	- สอนวิธีการถ่ายภาพขั้นพื้นฐาน - สอนวิธีการใช้กล้องมือถือถ่ายภาพ - สอนวิธีการปรับมุมกล้อง และแสง

ข. ด้านการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อที่จะให้ผู้สูงอายุเข้าใจได้ง่ายและไม่น่าเบื่อ ต้องอาศัยวิธีการและแนวคิดดังนี้

- สื่อที่นำเสนอไปยังลูกคำ สามารถใช้งานได้ง่าย เช่น การใช้รูปภาพแทนคำพูด
 - การนำเสนอ ต้องมีความน่าสนใจ เช่น การนำเสนอด้วยรูปภาพ คลิปวิดีโอ เกมส์
 - มีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
 - สร้างความบันเทิง และความสนุกสนาน
 - สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกคำด้วยกัน
- รายละเอียดของการให้บริการต่าง ๆ ดังนี้

ตาราง 3.4 รายละเอียดของการให้บริการข้อมูลสื่อออนไลน์

รายการ	ช่องทาง
1. ให้บริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์	- Website - Social Network
2. ให้บริการข้อมูลการสอนการใช้งานเทคโนโลยี	- Website - Youtube
3. ให้บริการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการต่าง ๆ	- Website - Social Network
4. ให้บริการเว็บบอร์ด สำหรับชมรมต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุสนใจ	- Website
5. ให้บริการด้านบันเทิง เช่น เกมส์ คลิปวิดีโอ	- Website

ค. ด้านการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อที่จะให้ลูกค้าเข้าใจ ต้องแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงความสามารถให้การให้บริการที่แตกต่างและชัดเจน ดังนั้นต้องใช้แนวคิดและวิธีการดังนี้

- สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย
- สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีเนื้อหาที่เข้าถึงได้ทุกคน และสามารถเข้าใจได้ง่าย

ดังนั้นทางบริษัทจึงต้องนำเสนอการให้บริการผ่านโฆษณาเว็บไซต์ เป็นหลัก เพื่อที่จะเป็นสื่อไปยังสมาชิกที่เป็นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ โดยจะให้บริการโฆษณาในลักษณะ Banner ภายในหน้า Website ของทางบริษัท

3.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ก. ด้านการบริการการสอน

ให้บริการฟรี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

ข. ด้านการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

ให้บริการฟรี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

ค. ด้านการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เลือกใช้กลยุทธ์ตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับราคาสื่อที่เป็นคู่แข่งทางอ้อม ซึ่งจะลดจากราคาคู่แข่งลงตามจำนวนยอดการเข้าชม เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดังนี้

รายละเอียดสินค้าและบริการ

การให้บริการผ่านเว็บไซต์ โดยจะคิดราคาตามตำแหน่ง และขนาดของ Banner

ดังนี้

ตาราง 3.5 รายละเอียดสินค้าและบริการโฆษณาผ่านสื่อเว็บไซต์ออนไลน์

Package	ตำแหน่ง	รายละเอียด	ขนาด pixel	ราคา บาท / เดือน
1. Big Banner	เฉพาะหน้าเว็บไซต์ แรก รับเพียง 5 ราย	<ul style="list-style-type: none"> โดดเด่นและสะดุดตาที่สุด ที่สุด แสดงสลับกับเจ้าอื่น 	W443xH150	45,000
2. Boom Box Banner	แสดงทุกหน้าของเว็บ ไซต์	<ul style="list-style-type: none"> แสดงทุกหน้าเว็บไซต์ แสดงสลับกับเจ้าอื่น 	W300xH250	28,000
3. Bill board Banner	แสดงในหน้าแรก	<ul style="list-style-type: none"> แสดงสลับกับเจ้าอื่น รูปขนาดใหญ่ 	W300xH250	28,000
1. Leader board Banner	แสดงในด้านซ้ายของ Page	<ul style="list-style-type: none"> แสดงสลับกับเจ้าอื่น 	W300xH250	12,000

3.4.3 กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)

ก. ด้านการบริการการสอน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นผู้สูงอายุ สถานที่การสอนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการเดินทางและการเรียนรู้เป็นสิ่งที่ยากลำบากสำหรับวัยนี้ ดังนั้นทางบริษัทจึงอาศัยแนวคิดดังนี้

- ความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้า
- ความพร้อมของสถานที่ให้บริการ
- ให้บริการแบบ Business to customer

รายละเอียดสถานที่การสอน

- ✓ เลือกสถานที่สอน ใกล้แหล่งชุมชนในพื้นที่เขตปริมณฑลและมีการคมนาคมที่สะดวก
- ✓ นำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์ และ Social Network

✓ นำเสนอข้อมูลและประชาสัมพันธ์ผ่านทางชมรมผู้สูงอายุของแต่ละชุมชน

ข. ด้านการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

- ระบบสามารถใช้งานทุกที่
- สามารถใช้งานได้ง่าย

รายละเอียดช่องทางการให้บริการ

✓ การให้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ผ่านระบบ CCS Cloud Server ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าใช้งานได้จากทุกที่โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

✓ การให้บริการ Social Network ด้วยระบบ Facebook และ Line ซึ่งให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และจะมีเจ้าหน้าที่ของทางบริษัทคอยดูแล

ค. ด้านการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

บริษัทจะเลือกช่องทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักโดยการใช้บริการจากบริษัทโฆษณา (Agency) เนื่องจากบริษัทส่วนมากจะใช้บริการจากตัวแทนโฆษณา (Agency) ดังนั้นช่องทางการขายผ่านตัวแทนโฆษณา จึงนับเป็นช่องทางหลักของบริษัท โดยมีข้อดีคือ บริษัทตัวแทนมีลูกค้าอยู่แล้วหลายแห่ง และการเลือกซื้อจะซื้อครั้งละจำนวนมาก เป็นระยะเวลานานทำให้ได้ยอดขายจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันตัวแทนก็จะมีความต้องการต่อสูง

3.4.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)

ก. ด้านการบริการการสอน

มีการแจกรางวัลสำหรับสมาชิก

ข. ด้านการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

มีการแจกรางวัลสำหรับสมาชิก

ค. ด้านการบริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้า
- สร้างทัศนคติที่ดีในการใช้งานเทคโนโลยี

รายละเอียดการส่งเสริมการขาย

- ✓ แจกรางวัลกับสมาชิก ที่ตอบคำถามและทำกิจกรรมในห้องเรียน
- ✓ ใช้ระบบสังคมออนไลน์ เช่น แจกรางวัลสำหรับการตอบคำถามผ่านหน้าเว็บไซต์ และการ Follow ติดตามหรือสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ของทางชมรม
- ✓ ใช้บริการโฆษณาทางด้าน Social Network เช่น Facebook Youtube และ



บทที่ 4

แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการบริการ

การบริการด้านการสอนเทคโนโลยี และการให้บริการข้อมูลด้านเทคโนโลยีแก่ผู้สูงอายุ ของบริษัท “ใช้ง่ายคลับ” จะมีทั้งสำนักงาน และการสอนตามสถานที่ต่าง ๆ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ทำการศึกษารวมทั้งสำรวจทำเลที่ตั้ง และขั้นตอนการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง

บริษัทฯ ได้เลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่บริการ โดยพิจารณาจากความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.1.1 พื้นที่สำหรับที่ตั้งสำนักงาน

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ต้องเป็นอาคารที่มีความเหมาะสมในการทำงานสำหรับพนักงานจำนวนทั้งหมด มีระบบอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึง และสามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวก ดังนั้นบริษัทฯ จึงเลือกทำการเช่าอาคารพาณิชย์ สาย 4 สแควร์ ทาวน์โฮม โดยตั้งอยู่ที่ พุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้วยสัญญาเช่าระยะ 5 ปี

4.1.2 พื้นที่สำหรับให้บริการการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ต้องตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้สูงอายุสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวก มีที่นั่งและห้องสำหรับสัมมนาที่รองรับได้ขั้นต่ำ 100 คน และต้องมีความพร้อมสำหรับการเรียนการสอนและทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงเลือกทำการเช่า ดังนี้

ตาราง 4.1 สถานที่เข้าสำหรับการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

ชื่อสถานที่	ที่ตั้ง	ค่าใช้จ่าย (ต่อวัน)
การประสานครหลวง สำนักงานใหญ่	เลขที่ 400 ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขต หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210	2,000
โรงเรียนนายร้อยสาม พราน	เลขที่ 90 หมู่ 7 ตำบลสามพราน อำเภอสาม พราน จังหวัดนครปฐม 73110	3,000
โรงเรียนสวนกุหลาบ นนทบุรี	เลขที่ 51/4 ต.ปากเกร็ด อ.ปากเกร็ด ถ.ติวานนท์ จ.นนทบุรี	4,000
ศูนย์ฝึกอบรม สถาบัน พัฒนาข้าราชการ กรุงเทพมหานคร	เลขที่ 46/4 หมู่ 5 ถนน เชื่อมสัมพันธ์ แขวง โลก แฝด เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530	2,000
โรงแรมดุสิต เฟลต	ซอย ราชสีมา แขวง ดุสิต เขต ดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300	5,000
ศูนย์ประชุมมหาวิทยาลัย เกษตรบางเขน	50 สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม. 10900	5,000

4.2 ชื่อสถานที่และตราสัญลักษณ์

คณะผู้จัดทำได้จัดตั้ง บริษัท ใช้จ่ายคลับ จำกัด เพื่อดำเนินการบริหารสถานบริการการ
สอนและให้ข้อมูลทางเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ โดยเลือกใช้ชื่อที่สื่อถึงคุณค่าที่ทางบริษัทจะให้กับ
ลูกค้า และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.2.1 ชื่อสถานที่

“**ใช้ง่าย**คลับ” สื่อถึงความง่ายในการใช้บริการของบริษัทที่จะสร้างเป็นชมรมหรือคลับสำหรับผู้สูงอายุขึ้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้สูงอายุที่มีต่อระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่ถูกมองว่าเป็นเรื่องยาก นอกจากนี้ผู้สูงอายุส่วนมากไม่ต้องการที่จะทำให้ตัวเองดูแก่ลง ดังนั้นการใช้ชื่อที่เกี่ยวข้องกับความชราภาพ เช่น สถานที่ให้บริการสำหรับผู้สูงอายุ และชมรมสำหรับผู้สูงอายุ จึงเป็นที่หลีกเลี่ยงเพียงแค่นี้ได้

4.2.2 สัญลักษณ์

ใช้ลักษณะของตัวอักษรสื่อเป็นภาษาไทยคำว่า “ใช้ง่าย” ที่บ่งบอกถึงความเรียบง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ส่วนคำว่า “คลับ.com” เพื่อสื่อถึงชมรมเทคโนโลยีออนไลน์



รูปภาพ 4.1 รูปสัญลักษณ์ของทางบริษัท ฯ

4.3 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน

แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

4.3.1 อุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอนเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่

- Projector
- Notebook
- Smartphone
- ชุดเครื่องเสียง

4.3.2 อุปกรณ์สำหรับให้บริการข้อมูลเทคโนโลยี

- ระบบ Cloud server สำหรับให้บริการข้อมูล Website

- Computer Notebook
- Printer
- โทรศัพท์สำหรับใช้งาน

4.4 ขั้นตอนการบริหารงาน

โดยภาพรวมแล้วขั้นตอนในการบริหารงานสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ขั้นตอนการแนะนำตัว (Presale Process) สร้างความมั่นใจ ทำความเข้าใจ และ ระบุข้อตกลง

ขั้นตอนการแนะนำตัว เนื่องจากบริษัทมีรูปแบบการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ ดังนั้นจึงต้องสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าทั้ง 2 ด้าน คือ กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่ทางบริษัทให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบสังคมออนไลน์ จะแนะนำตัวโดยการใช้อีเมลประชาสัมพันธ์และโฆษณาต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก ส่วนกลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ทางบริษัทให้บริการโฆษณา โดยการนำเสนอประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ และจุดยืนแนวทางในการทำธุรกิจของบริษัทอย่างชัดเจน

การปรับทัศนคติ และสร้างความมั่นใจ การสอนเทคโนโลยีกับผู้สูงอายุ ซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ทางด้านนี้มาก่อน หรือมีน้อย ดังนั้นต้องใช้อุปกรณ์ที่ปรับทัศนคติให้มีแรงจูงใจที่ดีก่อน จึงจะสามารถทำให้การเรียนรู้การสอนเกิดประโยชน์มากที่สุด ส่วนในด้านให้บริการโฆษณาจะต้องสร้างความมั่นใจโดยแสดงให้เห็นถึงฐานหรือกลุ่มลูกค้าที่จะได้รับข้อมูลในการนำเสนอไป

การระบุข้อตกลง เนื่องจากบริษัทมีการให้บริการที่หลากหลาย ดังนั้นจึงต้องแสดงรายละเอียดในด้านการให้บริการทั้ง 2 แบบ ให้ลูกค้าได้ทำการเลือก และทำสัญญาระบุข้อตกลงระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้อย่างถูกต้องตรงกัน

4.4.2 ขั้นตอนการให้บริการ (Service Process)

ขั้นตอนการให้บริการผู้สูงอายุ จะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือการให้บริการการสอน และให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ ซึ่งจะให้บริการตามที่ระบุไว้ในข้อตกลง

ขั้นตอนการให้บริการการโฆษณา หลังจากที่เลือกการให้บริการตามที่ระบุไว้ในข้อตกลงแล้ว ทางบริษัทจะทำการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกในระบบ และรายงานผลกับผู้ใช้บริการ

4.4.3 ขั้นตอนการพัฒนาการสอน และพัฒนาระบบ (Improvement Process)

ขั้นตอนการพัฒนาการสอน พัฒนาการสอนโดยการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสม และการส่งเสริมพัฒนาความรู้ของบุคลากร โดยมีจุดประสงค์ว่าต้องสื่อสารไปยังลูกค้าให้เข้าใจได้ง่ายที่สุด

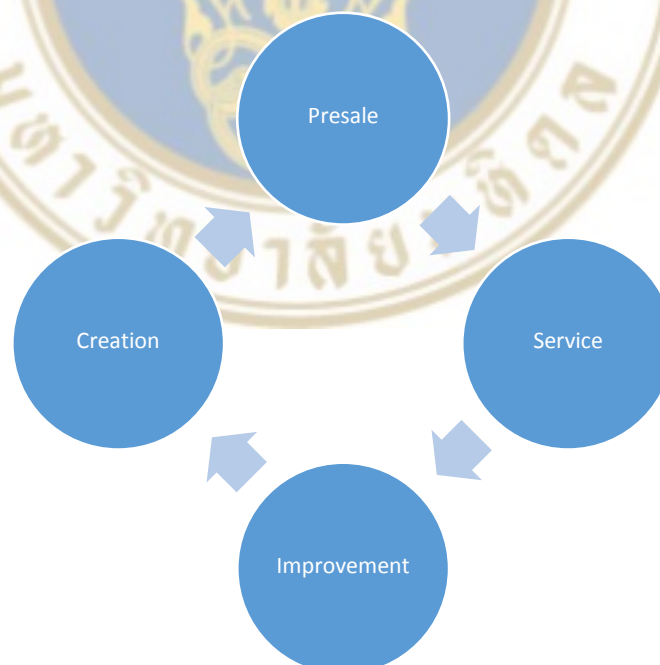
ขั้นตอนพัฒนาระบบ ศึกษาถึงแนวทางต่าง ๆ ในการพัฒนาระบบให้เข้าถึงได้ทุกคนให้ได้เท่าเทียมกัน เช่นผู้สูงอายุ และคนพิการ นอกจากนี้ยังต้องทำให้ระบบง่ายและไม่ซับซ้อน โดยในอนาคตมีเป้าหมายจะพัฒนาระบบที่เป็นของตนเองได้ในที่สุด

4.4.4 ขั้นตอนการสร้างกลุ่มลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ และสร้างแบรนด์ (Relation Process)

การสร้างกลุ่มลูกค้า สร้างกลุ่มลูกค้าด้วยการไม่คิดค่าใช้จ่ายและการโฆษณา เพื่อรับสมัครสมาชิกชมรมออนไลน์

การสร้างความสัมพันธ์ ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลต่าง ๆ การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การจัดโปรโมชั่น และการแจกรางวัลต่าง ๆ

การสร้างแบรนด์ มุ่งเน้นสร้างฐานลูกค้าเพื่อเป็นที่รู้จักในตลาด



รูปภาพ 4.2 สรุปขั้นตอนการบริหารงาน

โดยสรุปแล้วขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมดจะสอดคล้องกัน ทั้งการให้บริการในด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุและการให้บริการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพราะต้องเริ่มจากการหาฐานลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ (Presale Process) ด้วยการประชาสัมพันธ์ จากนั้นต้องให้บริการและทำการพัฒนาระบบ (Service and Improvement Process) ให้มีความสามารถในการให้บริการ จนกระทั่งได้กลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกมา (Creation Process) เพื่อเสนอไปยังผู้ที่มีเป้าหมายในกลุ่มลูกค้านี้ (Presale Process) ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยการให้บริการ โฆษณา (Service Process) และสามารถสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก เพื่อขยายฐานลูกค้าได้ต่อไปในอนาคต

4.5 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน

การให้บริการที่มีความแตกต่าง และตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนี้ดำเนินต่อไปได้ ทางบริษัทจึงได้นำมาเป็นการกำหนดกลยุทธ์องค์กรครั้งนี้บริษัทใช้ง่ายกลับจำกัด ตามแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.1 ธุรกิจการให้บริการเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

เลือกใช้กลยุทธ์ “Differentiation strategy” หรือกลยุทธ์การแข่งขันที่ความแตกต่างของสินค้า/บริการในตลาดขนาดใหญ่ ซึ่งมุ่งเน้นในความง่ายในการให้บริการ มีช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และใช้การโฆษณาเพื่อสื่อสารไปยังลูกค้า โดยมอบคุณค่าแก่ลูกค้าดังต่อไปนี้

- การสอนที่ง่าย และเน้นการใช้งานจริง ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า
- ระบบการให้บริการที่พัฒนามาให้ง่ายต่อการใช้งาน
- ใช้ระบบสังคมออนไลน์ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงลูกค้า การบอกต่อกันและกัน ตาม

กลุ่มเพื่อนและญาติมิตร

- สร้างความสนใจร่วมกันในแต่ละกลุ่ม
- ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

4.5.2 ธุรกิจการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

เลือกใช้กลยุทธ์ “Focused Differentiation strategy” หรือกลยุทธ์การแข่งขันที่ความแตกต่างในตลาดขนาดเล็ก ซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าและบริการในตลาดผู้สูงอายุ โดยมอบคุณค่าแก่ลูกค้าทางด้านดังต่อไปนี้

- ให้บริการนำเสนอสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกในชมรม ดังนั้นจึงตรงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า
- มีประสิทธิภาพในการโฆษณา โดยมีความรวดเร็ว และข้อมูลที่ลูกค้าสูงอายุสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้อย่างง่าย

4.6 แผนฉุกเฉิน

4.6.1 บริษัทไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณาให้เพียงพอ ต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้

วิธีการแก้ไข

- ระดมทุนหรือเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้น
- ขึ้นราคาค่าโฆษณาโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การขึ้นราคาตามจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น การขึ้นราคาตามสถานะเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ เป็นต้น

4.6.2 บริษัทประสบปัญหาจากการแข่งขันของผู้เล่นหน้าใหม่ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญของธุรกิจด้านการสอนเทคโนโลยี และการรับโฆษณาผ่านระบบออนไลน์

วิธีการแก้ไข

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมการใช้งานต่าง ๆ โดยอาศัยฐานสมาชิก เพื่อนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ ให้เหมาะสม

4.7 แผนงานในอนาคต

จะเน้นที่การสร้างฐานลูกค้าที่เป็นสมาชิกการสอนให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถขยายตลาดสำหรับรับบริการโฆษณาให้มากขึ้นด้วย

4.7.1 การขยายกลุ่มลูกค้า (Market Development)

ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มลูกค้ากลุ่มที่กำลังใกล้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และกลุ่มวัยเด็ก ที่มีความสนใจในการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ

4.7.2 การพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ (Product Development)

พัฒนาระบบสังคมออนไลน์ของตัวเอง เช่น Application สำหรับ Android และ IOS ในการสร้างเป็นชมรมสำหรับติดต่อสื่อสาร และพัฒนาให้ใช้งานได้ง่ายที่สุดโดยการใช้รูปภาพหรือเสียงแทนคำพูด

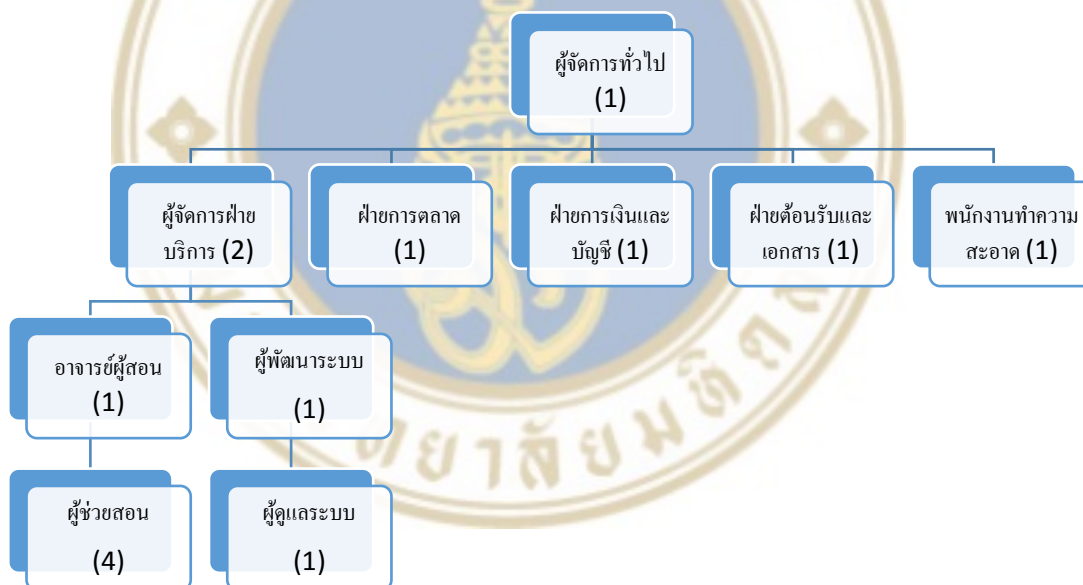


บทที่ 5

แผนการบริหารและจัดการองค์กร

5.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรภายในของบริษัท ใซ้ง่ายคลับ จำกัด นั้น เป็นโครงสร้างแบบตามหน้าที่ที่มีลำดับชั้น มีการจัดแบ่งตามหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละบุคคล โดยแบ่งเป็นหลัก ๆ 2 ส่วนคือ ฝ่ายดูแลทั่วไป และฝ่ายบริการ ทั้งหมดจะอยู่ภายใต้การดูแลของผู้จัดการทั่วไปที่จะคอยควบคุมดูแลให้การดำเนินงานทั้งหมดมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะแบ่งได้เป็นแผนภาพดังนี้



รูปภาพ 5.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร

5.2 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

บริษัท ใซ้ง่ายคลับ จำกัด ได้มีการแบ่งโครงสร้างองค์กรตามสายงานที่รับผิดชอบ โดยในแต่ละตำแหน่งมีลักษณะงานและความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

ตาราง 5.1 รายละเอียดของหน้าที่ในแต่ละตำแหน่ง

ตำแหน่ง	หน้าที่	คุณสมบัติ
ผู้จัดการทั่วไป (หุ้นส่วน)	<ol style="list-style-type: none"> วางแผนของบริษัท และวางแผนพัฒนาธุรกิจ โดยการกำหนดเป้าหมาย วิธีการปฏิบัติงาน และกลยุทธ์การดำเนินงาน ประสานงาน ติดต่อกับลูกค้า มอบหมายหน้าที่ตามความรับผิดชอบ ติดตาม และประเมินผล ควบคุมดูแล และตรวจสอบบัญชีของทางบริษัท ควบคุมดูแล และตรวจสอบการจัดทำงบทางด้านการตลาด วางแผนจัดการบุคลากร และคัดเลือกให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -ปริญญาตรี หรือ โท มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ 5 ปีขึ้นไป -สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี -เข้าใจถึงสถานะและจิตใจของผู้สูงอายุ -มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี
ผู้จัดการฝ่ายบริการ (หุ้นส่วน)	<ol style="list-style-type: none"> ควบคุมงาน ติดต่อกับประสานงาน ด้านบริการทั้งการสอนและระบบเทคโนโลยีให้มีความสอดคล้องกัน วางแผนจัดการด้านข่าวสาร วางแผนจัดตารางและพนักงานการสอน คิดค้นหลักสูตรการสอน วางแผนการพัฒนาระบบเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> -ปริญญาตรี มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ -เข้าใจถึงสถานะและจิตใจของผู้สูงอายุ -มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี
อาจารย์ผู้สอน	<ol style="list-style-type: none"> รับผิดชอบหน้าที่การสอน ดูแล ให้คำปรึกษากับนักเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -ปริญญาตรี หรือ โท มีประสบการณ์ด้านการสอน -มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อมตน -มีใจรักการสอน รักการบริการ

ตาราง 5.1 รายละเอียดของหน้าที่ในแต่ละตำแหน่ง (ต่อ)

ผู้ช่วยสอน	<ol style="list-style-type: none"> 1. รับผิดชอบหน้าที่ช่วยสอนจากอาจารย์ผู้สอน 2. คอยดูแล ให้คำปรึกษา กับนักเรียน 3. ขับรถไปยังสถานที่การสอน 4. จัดเตรียมสถานที่การสอน 	<ul style="list-style-type: none"> -มีความรู้ ความเชี่ยวชาญใน ด้านเทคโนโลยี -สามารถติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้าได้เป็นอย่างดี -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อม ตน -มีใจรักการสอน รักการ บริการ -เข้าใจถึงสภาวะของ ผู้สูงอายุ -มีใบขับขี่
ผู้พัฒนาระบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบเทคโนโลยีตามที่ได้รับ มอบหมาย 2. ดูแล และปรับปรุงระบบให้ทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> -ปริญญาตรีหรือโท ด้าน สาขาที่เกี่ยวข้องกับ คอมพิวเตอร์ และ เทคโนโลยี -มีความประสบการณ์ใน ด้านการเขียนโปรแกรม และเว็บไซต์ -มีใจรักในด้านเทคโนโลยี และการค้นคว้าพัฒนา ระบบใหม่ๆ -สามารถเรียนรู้ และ แก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง

ตาราง 5.1 รายละเอียดของหน้าที่ในแต่ละตำแหน่ง (ต่อ)

ผู้ดูแลระบบ	<ol style="list-style-type: none"> ดูแลระบบให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาข่าว และอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ลงในหน้าเว็บไซต์และระบบสังคมออนไลน์ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำกับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> -ปริญญาตรีหรือโท ด้านสาขาที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี -มีใจรักในด้านการบริการ -มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ -เข้าใจถึงสภาวะและจิตใจของผู้สูงอายุ
ฝ่ายการตลาด (หุ้นส่วน)	<ol style="list-style-type: none"> ติดต่อและนำเสนอ บริการด้านโฆษณากับทาง Agency และลูกค้า คิดค้น กลยุทธ์ และวิธีการตลาด สร้าง และติดตามความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> -ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงด้านการตลาด -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อมตน -มีความสามารถในการประชาสัมพันธ์
ฝ่ายการเงินและบัญชี	<ol style="list-style-type: none"> จัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน และรายงานทางบัญชีต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> -ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงด้านการบัญชี -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อมตน -มีความละเอียดรอบคอบ
ฝ่ายต้อนรับ และเอกสาร	<ol style="list-style-type: none"> ต้อนรับลูกค้า จัดเก็บเอกสาร ดูแลและรับผิดชอบ อุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อมตน -มีความละเอียดรอบคอบ -มีความรับผิดชอบ
พนักงานทำความสะอาด	<ol style="list-style-type: none"> ทำความสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> -มีมารยาท อ่อนน้อม ถ่อมตน -มีความกระตือรือร้น

5.3 ค่าใช้จ่ายพนักงาน

ตาราง 5.2 รายละเอียดพนักงาน และอัตราเงินเดือน

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน
พนักงานประจำ	(ตำแหน่ง)	(บาท)
ผู้จัดการทั่วไป	1	30,000
ผู้จัดการฝ่ายบริการ	2	25,000
ผู้พัฒนาระบบ	1	20,000
ผู้ดูแลระบบ	1	15,000
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด	1	15,000
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและบัญชี	1	12,000
พนักงานฝ่ายต้อนรับและเอกสาร	1	12,000
แม่บ้าน	1	8,000
พนักงานชั่วคราว		
อาจารย์ผู้สอน	1	16,000
ผู้ช่วยสอน	4	32,000

- พนักงานชั่วคราวดำเนินการสอนทุกเสาร์-อาทิตย์ เดือนละ 8 วัน ค่าจ้างอาจารย์ครั้งละ 2,500 บาทต่อวัน ผู้ช่วยสอนครั้งละ 1,000 บาทต่อวัน

5.4 แผนการลงทุน

ตาราง 5.3 รายละเอียดผู้ถือหุ้น และสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

ผู้ถือหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	จำนวนหุ้น (หุ้น)	จำนวนเงิน (บาท)
นายศพล เอี่ยมพิมพันธ์	60	2,400	2,400,000
นางสาวอัญชิสรา เอี่ยมพิมพันธ์	15	800	800,000
นาย อัฐพล รุ่งเรืองวงษ์	10	400	400,000
นาย ณิชพงษ์ มากบารมี	10	400	400,000
รวม	100	4,000	4,000,000

บทที่ 6 แผนการเงิน

6.1 โครงสร้างทางการเงิน และสมมติฐานในการคำนวณ

6.1.1 เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนในการดำเนินธุรกิจประมาณ 4,000,000 บาท โดยเป็นเงินของผู้ลงทุนทั้งหมด

6.1.2 ทุนจดทะเบียน

จดทะเบียนในนามบริษัท ใช้จ่ายกลับ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 4,000,000 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท ถือหุ้นทั้งหมดมีหุ้นส่วนจำนวน 4 คน

6.1.3 สมมติฐานทางการเงินและการเงิน (ประมาณการทางการเงินของกิจการใน อนาคต 5ปี)

สมมติฐานในการคำนวณ

- ต้นทุนก่อนการดำเนินกิจการ 873,200 บาท
- ค่าแรงในการให้บริการ 996,000 ในปีแรก
- ค่าแรงในการขายและบริหาร 1,524,000 บาทในปีแรก
- อัตราเงินเดือนเฉพาะพนักงานประจำ เพิ่มปีละ 5% ต่อปี
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการปีละ 996,400 บาท
- รายได้ในปีแรกประมาณการ 2,316,000 บาท ซึ่งคิดเป็น 20% ของรายได้ที่สามารถให้บริการได้
- รายได้ในปีที่ 3 จะเพิ่มขึ้นเป็น 50% ส่วนในปีที่ 4-5 จะเป็น 70% และ 80% ของรายได้ที่สามารถให้บริการได้ตามลำดับ

6.2 ต้นทุนของการบริการ

6.2.1 ต้นทุนก่อนการดำเนินธุรกิจ (ต้นทุนคงที่)

ตาราง 6.1 รายละเอียดต้นทุนก่อนการดำเนินการ

รายการ	เงินลงทุน (บาท)
ค่าเช่าสำนักงาน	72,000
ค่าจดทะเบียนกิจการ	20,000
ค่าจดทะเบียนเว็บไซต์	3,000
อุปกรณ์สำนักงาน	115,000
อุปกรณ์สำหรับการให้บริการ	256,000
ค่ายานพาหนะ (รถยนต์กระบะมือสอง)	400,000
ค่าเช่า Cloud Server	6,000
ค่าเช่าระบบ internet	1,200
รวม	873,200

- ค่าเช่าสำนักงานเดือนละ 18,000 บาท ต้องจ่ายล่วงหน้าในการทำสัญญาทั้งหมด 4 เดือน
- ค่าเช่า Cloud Server และระบบ Internet จ่ายล่วงหน้าก่อน 1 เดือน

ตาราง 6.2 รายละเอียดต้นทุนอุปกรณ์ในการให้บริการ

รายการ	ราคา	จำนวน	ค่าใช้จ่าย
Notebook	10,000	9	90,000
iPad air 2	15,000	4	60,000
Samsung Tab A8	11,000	4	44,000
iPhone 5s	13,000	4	52,000
Projector	10,000	1	10,000
ชุดเครื่องเสียง	40,000	1	40,000
รวม			256,000

- ชุดเครื่องเสียงประกอบด้วย Microphone , Speaker และ Mixer

ตาราง 6.3 รายละเอียดต้นทุนอุปกรณ์ภายในสำนักงาน

รายการ	ราคา	จำนวน	ค่าใช้จ่าย
ห้องทำงาน			
โต๊ะทำงานพร้อมเก้าอี้	3,000	8	24,000
ตู้เก็บเอกสาร	2,000	6	12,000
เครื่องพิมพ์เอกประสงค์	10,000	1	10,000
เครื่องปรับอากาศ	23,000	1	23,000
ห้องประชุม			
โต๊ะประชุม พร้อมเก้าอี้ 8 ที่	20,000	1	20,000
เครื่องปรับอากาศ	13,000	2	26,000
รวม			115,000

6.2.2 ค่าแรงงานในการให้บริการ

ตาราง 6.4 รายละเอียดค่าแรงในการให้บริการ

เงินเดือน (บาท/เดือน)	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	บริการการ สอน					
16,000	ผู้สอน	1	1	1	1	1
8,000	ผู้ช่วยสอน	4	4	4	4	4
	บริการระบบ เทคโนโลยี					
20,000	ผู้พัฒนาระบบ	1	1	1	1	1
15,000	ผู้ดูแลระบบ	1	1	1	1	1
	รวม	996,000	1,005,000	1,014,450	1,024,373	1,034,791

- เงินเดือนเพิ่มปีละ 5% สำหรับพนักงานประจำเท่านั้น

6.2.3 ค่าแรงงานในการขาย และบริหาร

ตาราง 6.5 ค่าแรงงานในการขาย และบริหาร

เงินเดือน น	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	ผู้จัดการทั่วไป	1	1	1	1	1
25,000	ผู้จัดการฝ่าย บริการ	2	2	2	2	2
15,000	ฝ่ายการตลาด	1	1	1	1	1
12,000	ฝ่ายการเงินและ บัญชี	1	1	1	1	1
12,000	ฝ่ายต้อนรับและ เอกสาร	1	1	1	1	1
8,000	แม่บ้าน	1	1	1	1	1
	รวม	1,524,000	1,600,200	1,680,210	1,764,221	1,852,432

- เงินเดือนเพิ่มปีละ 5% สำหรับพนักงานประจำเท่านั้น

6.2.4 ค่าเสื่อมราคา

ตาราง 6.6 ค่าเสื่อมราคาในการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่ายานพาหนะ	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
อุปกรณ์การให้บริการ	51,200	51,200	51,200	51,200	51,200
รวม	131,200	131,200	131,200	131,200	131,200

6.3 ค่าใช้จ่าย

รายละเอียดในการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแสดงไว้ดังนี้

6.3.1 ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

ตาราง 6.7 ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำค่าไฟ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าเดินทาง	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าเช่าสำนักงาน	216,000	216,000	216,000	216,000	216,000
ค่าเช่าสถานที่การสอน	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่าเช่าบริการ Cloud server	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
ค่าเช่าบริการ internet	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
รวม	966,400	966,400	966,400	966,400	966,400

- ค่าเช่าสถานที่สอนครั้งละ 5,000 บาท สอนเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 8.00 - 17.00 น. และค่าเดินทางคือค่าน้ำมันอาทิตย์ละ 500 บาท สำหรับเดินทางไปยังที่สอน

6.3.2 ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด

ตาราง 6.8 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าบริการโฆษณา Google Adwords	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าของรางวัล	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวม	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

- รางวัลสำหรับแจกในการทำกิจกรรมด้านการตลาด

6.3.3 ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร

ตาราง 6.9 ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโทรศัพท์พื้นฐาน และ โทรศัพท์เคลื่อนที่	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าทำบัญชี	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
รวม	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000

6.3.4 ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร

ตาราง 6.10 ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์สำนักงาน	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000
รวม	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000

6.4 ยอดรายได้

ยอดรายได้ขอทางบริษัทจะมาจากการโฆษณา ดังนั้นจึงอาศัยการประเมินรายได้จากข้อมูล ดังนี้

- การประมาณค่าบริการ โฆษณาจะอาศัยการอ้างอิงยอด Views จากผู้เข้าชมทั้งหมด
- ทางบริษัทจะอ้างอิงจากราคาค่าบริการ โฆษณาของเว็บไซต์ www.sanook.com โดยทางเว็บไซต์ดังกล่าวแจ้งยอด Views ของผู้เข้าชมเป็น 3 ล้าน/เดือน แต่ตามเป้าหมายของทางบริษัทคือ 3 แสน/เดือน (คิดเป็น 1 ใน 10) ดังนั้นทางบริษัทจะคิดราคาลดตามการเข้าชมเป็น 1 ใน 10 ด้วย ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 5 ปีทางบริษัทจะคิดการเข้าชมดังนี้

ตาราง 6.11 รายละเอียดการประเมินค่าโฆษณาผ่านหน้าเว็บไซต์

รายการ	จำนวน	ราคา	ต่อเดือน	ต่อปี
Big Board	5	45,000	225,000	2,700,000
Boom Box	10	28,000	280,000	3,360,000
Bill board	10	28,000	280,000	3,360,000
leader	15	12,000	180,000	2,160,000
รวม				11,580,000

- รวมยอดรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี

ตาราง 6.12 รายละเอียดรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี

หน่วย : บาท

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการ บริการสูงสุด	20%	30%	50%	70%	80%
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าบริการโฆษณาผ่านหน้า Website	2,316,000	3,474,000	5,790,000	8,106,000	9,264,000
รวม	2,316,000	3,474,000	5,790,000	8,106,000	9,264,000

- ยอดรายได้ในปีแรกคาดการณ์ไว้เพียง 20% เพราะยังไม่มีฐานลูกค้าเท่าที่ควร แต่ในปีที่ 3 จะมีอัตราเติบโตที่ละ 20% ซึ่งมาจากการเร่งสร้างฐานลูกค้าโดยกลยุทธ์การแจกฟรี ส่วนในปีที่ 4-5 จะรักษาระดับไว้ที่ 10%

6.5 งบการเงิน

6.5.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตาราง 6.13 งบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,316,000	3,474,000	5,790,000	8,106,000	9,264,000
ต้นทุนการให้บริการ					
– ต้นทุนบริการแปรได้	-	-	-	-	-
– แรงงานในการบริการ	996,000	1,005,000	1,014,450	1,024,373	1,034,791
– ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	131,200	131,200	131,200	131,200	131,200
– ค่าใช้จ่ายในการบริการ	966,400	966,400	966,400	966,400	966,400
รวมต้นทุนการให้บริการ	2,093,600	2,102,600	2,112,050	2,121,973	2,132,391
กำไรขั้นต้น	222,400	1,371,400	3,677,950	5,984,028	7,131,609
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
– แรงงานในการขายและบริหาร	1,524,000	1,600,200	1,680,210	1,764,221	1,852,432
– ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000
– ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
– ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,677,000	1,753,200	1,833,210	1,917,221	2,005,432
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	-1,454,600	-381,800	1,844,740	4,066,807	5,126,177
ภาษีเงินได้ (ร้อยละ 20)	0	0	368,948	813,361	1,025,235
กำไรสุทธิ	-1,454,600	-381,800	1,475,792	3,253,446	4,100,942

6.5.2 ประมาณการงบแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินลงทุน

ตาราง 6.14 งบแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินลงทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	4,000,000	-	-	-	-
- รายได้	2,316,000	3,474,000	5,790,000	8,106,000	9,264,000
รวมแหล่งที่มา (ก.)	6,316,000	3,474,000	5,790,000	8,106,000	9,264,000
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	794,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	1,962,400	1,962,400	1,962,400	1,962,400	1,962,400
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	1,654,000	1,654,000	1,654,000	1,654,000	1,654,000
- ภาษีเงินได้	0	0	368,948	813,361	1,025,235
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	4,410,400	3,616,400	3,985,348	4,429,761	4,641,635
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	1,905,600	1,763,200	3,567,852	7,244,091
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	1,905,600	-142,400	1,804,652	3,676,239	4,622,365
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	1,905,600	1,763,200	3,567,852	7,244,091	11,866,455

6.5.3 ประมาณการงบดุล

ตาราง 6.15 ประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
– เงินสดและเงินในธนาคาร	1,905,600	1,763,200	3,567,852	7,244,091	11,866,455
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,905,600	1,763,200	3,567,852	7,244,091	11,866,455
สินทรัพย์ถาวร					
ค่าจดทะเบียนกิจการ	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
อุปกรณ์สำนักงาน	115,000	115,000	115,000	115,000	115,000
อุปกรณ์สำหรับการให้บริการ	256,000	256,000	256,000	256,000	256,000
ค่ายานพาหนะ	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	791,000	791,000	791,000	791,000	791,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	158,200	316,400	474,600	632,800	791,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	632,800	474,600	316,400	158,200	0
รวมสินทรัพย์	2,538,400	2,237,800	3,884,252	7,402,291	11,866,455
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
– เงินลงทุน	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
– กำไรสะสม	-1,454,600	-1,836,400	-360,608	2,892,838	6,993,779
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,538,400	2,237,800	3,884,252	7,402,291	11,866,455
รวมหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	2,538,400	2,237,800	3,884,252	7,402,291	11,866,455

6.6 กระแสเงินสดสุทธิ

ตาราง 6.16 กระแสเงินสดสุทธิ

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	-	-1,454,600	-381,800	1,475,792	3,253,446	4,100,942
- ค่าเสื่อมราคา	-	158,200	158,200	158,200	158,200	158,200
กระแสเงินสดสุทธิ	-4,000,000	-1,296,400	-223,600	1,633,992	3,411,646	4,259,142

6.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน

บริษัท ใช้งานคลับ จำกัด ได้จัดตั้งขึ้นโดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 4,000,000 บาท โดยมาจากการลงทุนของผู้ถือหุ้นจำนวน 4,000,000 บาท ทั้งนี้คาดว่าจะสามารถสร้างยอดขายได้ในปีที่ 1 ได้ 20% ของความสามารถในการให้บริการเป็นจำนวนเงินประมาณ 2,316,000 บาท ซึ่งในช่วง 2 ปีแรกจะมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี ต่อมาในช่วงปีที่ 3-5 เนื่องจากมีฐานสมาชิกเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีอัตรารายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 13.33 ต่อปี และจะสร้างกำไรสุทธิเฉลี่ยปีละประมาณ 1,556,956 บาท

บริษัท ใช้งานคลับ จำกัด คาดว่าจะสามารถคือทุน ภายในระยะเวลา 4 ปี 2 เดือน ภายใต้ผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับร้อยละ 14 และมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่ 3,784,779 บาท

บทที่ 7

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยง (Risk) คือ โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย หรือเหตุการณ์ที่เราไม่พึงประสงค์ หรือการกระทำใด ๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคตและส่งผลกระทบต่อทำให้การดำเนินงานไม่ลุล่วงหรือประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่เราได้ตั้งไว้ ทั้งในด้านยุทธศาสตร์ การดำเนินงาน การเงินและทางด้านการบริหารงาน

การจัดการความเสี่ยงหรือ การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) คือ การจัดการความเสี่ยงขององค์กรที่เป็นระบบและต่อเนื่อง ทั้งในกระบวนการวิเคราะห์ (Risk Analysis) การประเมิน (Risk Assessment) ดูแล ตรวจสอบ และควบคุมความเสี่ยงที่สัมพันธ์กับ กิจกรรม หน้าที่ และกระบวนการทำงาน เพื่อให้องค์กรลดความเสียหายจากรisk ความเสี่ยงมากที่สุด อันเนื่องมาจากภัยที่องค์กรประสบได้ในอนาคต โดยต้องคำนึงถึงการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 5 ด้าน คือ

1. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
3. ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)
4. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)
5. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk) โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการตลาดดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภค (Social & Consumer behaviour) ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสังคมเมืองในปัจจุบัน และอนาคต ผู้สูงอายุอาจมีพฤติกรรมที่ยึดกับสิ่งเดิม ๆ และยังไม่พร้อมเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเต็มที่ หากเจอความซับซ้อนของระบบเทคโนโลยี อาจทำให้ผู้สูงอายุเกิดอุปสรรคในการเรียนรู้ ส่งผลให้อัตราการเพิ่มของสมาชิกลดลง

2. ต้นทุนต่าง ๆ ที่อาจมีการเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสียงด้านการตลาด

การสนับสนุนด้านการตลาด ถือเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมีวิธีดังต่อไปนี้

1. ใช้วิธีการเรียนการสอนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ โดยใช้แนวคิด TAM
2. ใช้ระบบสังคมออนไลน์ และการโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้
3. ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการบริการ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าให้ได้จำนวนมาก
4. ใช้การจัดโปรโมชั่น การให้ทดลองใช้ สำหรับลูกค้าที่ต้องการโฆษณาสินค้าและบริการไปยังสมาชิก

7.2 ความเสียงด้านการเงิน (Financial Risk) โดยคาดการณ์ความเสียงด้านการเงินดังนี้

1. เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่คิดค่าใช้จ่ายและต้องสร้างฐานลูกค้ากลุ่มหนึ่งขึ้นมาก่อน ดังนั้นเกิดการขาดสภาพคล่องของเงินสดในบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีการหมุนเวียนเงินไม่ทันสำหรับค่าใช้จ่ายภายในบริษัทฯ
2. ผลกระทบที่เกิดจากเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างมาก ทำให้เกิดปัญหาการว่างงานประกอบกับมีปัญหารุมเร้าด้านสังคม และการเมืองค่อนข้างหนัก จึงอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นและระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสียงด้านการเงิน

1. เตรียมหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น เพื่อกันสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน
2. การเซ็นสัญญาในระยะยาวเพื่อเอาเม็ดเงินจากลูกค้าเข้ามาหมุนเวียนในธุรกิจ

7.3 ความเสียงด้านเครดิต (Credit Risk)

ไม่มีความเสียงด้านเครดิต เนื่องจากรับชำระเฉพาะเงินสดเท่านั้น

7.4 ความเสียงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

โดยคาดการณ์ความเสียงด้านการปฏิบัติการดังนี้

1. ลูกค้าไม่เข้าใจหรือไม่เปิดใจยอมรับในการเรียนการสอน
2. เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่เราอาจมีการตั้งรับไม่ทัน เช่น ผู้สูงอายุมีปัญหาทางด้านร่างกาย และอารมณ์

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

1. จัดกิจกรรม การเล่นเกมส้ และน้ันทนาการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และส่งเสริมการเรียนรู้ในลักษณะกลุ่ม
2. เตรียมพร้อมสำหรับข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ของสมาชิก เช่น เบอร์ติดต่อญาติที่ดูแล ข้อมูลโรคประจำตัว นอกจากนี้ต้องมีเบอร์ติดต่อของสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้ ๆ เพื่อความรวดเร็วในการดูแลรักษา

7.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ธุรกิจการโฆษณาออนไลน์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งอาจเจอความเสี่ยงในด้านสงครามราคาของผู้ให้บริการ ซึ่งจะให้บริการในราคาที่ต่ำกว่าบริษัท ฯ

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

1. สร้างความคุณค่ากับกลุ่มลูกค้าที่นำรายได้เข้าบริษัท โดยการสร้างฐานลูกค้าและความสัมพันธ์กับกลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุ เพื่อที่จะได้มีสมาชิกจำนวนมาก ทำให้มีข้อมูลในการนำเสนอไปยังบริษัทที่ต้องการใช้บริการสื่อโฆษณา
2. ให้บริการการโฆษณาในหลากหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอผ่านหน้าเว็บไซต์ และการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์

บรรณานุกรม

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.(2010).แนวทางการพัฒนาเว็บที่ทุกคนเข้าถึงได้
TWCAG2010 (Thai Web Content Accessibility Guidelines 2010) สืบค้นจาก
http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/download/580324_thwcag2010.pdf
- กวีพงษ์ เลิศวีชรา และคณะ. (2556). การเรียนรู้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุหลักสูตรการบริหาร
เทคโนโลยีวิทยาลัย นวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วารสารออนไลน์ CITU
Review ฉบับที่ 1/2556, หน้า 1-7
- กันตพล บันทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่ม
คน ผู้ สูง อ า ยู ใน เขต ก รุง เท พ ม ห า น ค ร สืบ ค ้น จ า ก
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1298/1/kantapon_bunt.pdf
- ชาย โพรธิสิดา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ(พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ:อมรินทร์
พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- ดร .สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ สืบค้นจาก
<http://www.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/6101>
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2557). สังคมผู้สูงอายุ กับโอกาสทางธุรกิจที่รอ
อยู่ สืบค้นจาก <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/44587.pdf>
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต วารสารนักบริหาร ปีที่31 ฉบับที่4
(ตุลาคม-ธันวาคม) หน้า 99-103.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2554). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2554. สืบค้นจาก
<http://thaitgri.org/?p=37060>
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสตาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับ
การพัฒนาผู้เรียน. Princess of Naradhiwas University Journal, 5(4), 195 – 205.
- สุภาพรณัฏ์ เพชรสุภา. (2554). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) กับการใช้ประโยชน์เพื่อ
การเรียนรู้ร่วมกัน. สืบค้นจาก <http://www.kroobannok.com/blog/29071>
- อดิเทพ บุตราช. (2 5 5 3). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network). สืบค้นจาก
<http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>

- Andrew Perrin AND Maeve Duggan. (2015). Americans' Internet Access:2000-2015 สืบค้นจาก http://www.pewinternet.org/files/2015/06/2015-06-26_internet-usage-across-demographics-discover_FINAL.pdf
- Chris Anderson. (2014). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. July 11, 2006 by Hyperion
- Hilt, M.L. & Lipschultz, J.H. (2004) Elderly American and internet: E-mail, TV, news, information and entertainment websites. *Educational Gerontology* 30: 57-72
- Manalastas, R. (2008). What is the most important problem that senior citizens face today., from [http://www. helium.com/items/1035841-what-is-the- most-important-problem-that-senior-citizens- face-today](http://www.helium.com/items/1035841-what-is-the-most-important-problem-that-senior-citizens-face-today)
- Selwyn, N. (2004). The information aged: A qualitative study of older adults' use of information and communication technology. *Journal of Aging Studies*. 18: 369-384.
- Smith, L.J. (2010). The effect of training in internet use on perceived loneliness, depression and well-being with the African American elderly. Ph.D. Dissertation. Capella University.
- V. Venkatesh, M. Morris, and G. B. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 3, pp. 425-478, Sep. 2003.