

แผนธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2560



นายฐกรณ์พล แคล้วโยธาธิษณ์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

พาสน์ ทิมทรัพย์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการศึกษาเรื่องแผนธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ ปีการศึกษา 2560 ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความสนับสนุนและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน โดยบุคคลท่านแรกที่ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำและแนวทาง รวมถึงตรวจทานแก้ไขสารนิพนธ์ในครั้งนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิตินันต์ และดร.พาสน์ ทิมทรัพย์ คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้ความรู้และคำแนะนำรวมถึงข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงสารนิพนธ์นี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณทุกท่านในครอบครัวที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้สามารถทำสารนิพนธ์นี้สำเร็จ รวมถึงเพื่อนๆ ในหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่คอยให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือและให้กำลังใจ ตลอดจนการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ สละเวลาอันมีค่าในการทำแบบสอบถามครั้งนี้ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จออกมาได้ด้วยดี

คุณค่าอันพึงมาจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชาพระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดจนสำเร็จการศึกษา

ฐกรณ์พล แคล้วโยธาธิษณ์

แผนธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์

BUSINESS PLAN PLATFORM OF EDUCATION ONLINE

ฐกรณ์พล แคล้วโยธาธิษณ์ 5850416

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., พาสน์ ทิมทรัพย์, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจ “Edutank” จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ แผนการตลาด กลยุทธ์การดำเนินงาน แผนการเงิน และการบริหารของธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ ธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์นั้นประกอบไปด้วย แพลตฟอร์ม ผู้เรียน และผู้สอน โดยธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์เติบโตอย่างมากในตลาดต่างประเทศจนปัจจุบัน มีผู้เรียนมากกว่า 57 ล้านคน และมากกว่า 700 มหาวิทยาลัยให้ความร่วมมือ ซึ่งคอร์สโดยทั่วไปจะสื่อสาร ด้วยภาษาอังกฤษ และราคาแพงเมื่อเทียบกับค่าครองชีพในประเทศไทย ส่งผลให้ผู้เรียนในไทยบางส่วน เข้าถึงได้ยาก อีกทั้งผู้สอนในธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ต่างประเทศที่ได้รับความนิยม นั้น โดยมากจะเป็นผู้สอนที่พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักมีสำเนียงภาษาที่ผู้คนคุ้นเคย ทำให้เป็น ข้อเสียเปรียบสำหรับผู้สอนที่มีความรู้เท่าเทียมกันแต่สำเนียงเข้าใจยาก

ดังนั้น “Edutank” จึงเกิดขึ้นเพื่อให้เป็นเวทีสำหรับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและต้องการที่จะ หารายได้จากการเปิดสอนคอร์สออนไลน์ รวมไปถึงเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อเข้าเรียนคอร์สที่ตัวเองต้องการ โดยที่ทั้งสองฝ่ายไม่มีภาษาเป็นอุปสรรค อีกทั้ง ยังสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของผู้คนในประเทศไทยที่มีสาเหตุจากพื้นที่อยู่อาศัย เนื่องสถานศึกษา ทีวีเตอร์ รวมไปถึงสถาบันพัฒนาความสามารถต่างๆ นั้นจะรวมตัวอยู่ในตัวเมือง และ กรุงเทพมหานคร เพราะ “Edutank” สามารถให้บริการคอร์สการเรียนที่มีเนื้อหาไม่ต่างกัน โดยเรียนได้ จากโทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเสียเวลาเดินทางอีกต่อไป

คำสำคัญ: ร้านค้าออนไลน์/ อินเทอร์เน็ต/ คอร์สออนไลน์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 โอกาสและความสำคัญ	1
1.2 การเติบโตของธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์/บริการ	3
1.4 รูปแบบจำลองของการดำเนินงานทางธุรกิจ	4
1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission, and Goals)	4
1.5.1 วิสัยทัศน์	4
1.5.2 พันธกิจ	5
1.5.3 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1-3)	5
1.5.4 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 4-7)	5
1.5.5 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 8-10)	6
1.6 การวิเคราะห์องค์กร/ธุรกิจ (SWOT Analysis)	6
1.6.1 Strengths	6
1.6.2 Weakness	7
1.6.3 Opportunities	7
1.6.4 Threats	8
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	9
2.1 การวิเคราะห์แพลตฟอร์มการศึกษา	9
2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ Five-Force)	10
2.2.1 แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขัน รายใหม่ (Threat of Market Entry)	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry)	11
2.2.3 แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน(Threat from substitute)	11
2.2.4 แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Power of Customers)	11
2.2.5 แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier)	12
บทที่ 3 แผนการตลาด	14
3.1 ผลการวิจัยตลาด	14
3.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์	14
3.1.2 ส่วนที่ 2 ลักษณะการเลือกใช้สินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ออนไลน์	17
3.2 แผนการตลาด	20
3.3 Positioning Map	21
3.4 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด	21
3.4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)	21
3.4.2 ราคา (Price)	22
3.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	22
3.4.4 การส่งเสริมส่งเสริมการตลาด (Promotion)	22
3.5 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด	22
3.5.1 มหาวิทยาลัย	22
3.5.2 Social Network	23
3.5.3 บูทแนะนำ/ จัดกิจกรรมแนะนำสินค้า	23
บทที่ 4 แผนการดำเนินงาน	24
4.1 รายละเอียดของธุรกิจ	24
4.2 แบบแผนการดำเนินงาน	24
4.2.1 แอปพลิเคชัน	25
4.2.2 ประสบการณ์การใช้งานของ แอปพลิเคชัน	25
4.2.3 ระบบรักษาคุณภาพของคอร์สการสอน	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.4 ระบบผู้สอน	26
4.2.5 ระบบจ่ายเงินในแพลตฟอร์ม	27
4.2.6 ระบบการเป็นเจ้าของคอร์ส	28
4.2.7 ระบบการคืนคอร์ส	28
4.3 ที่มาของรายได้	29
4.3.1 รายได้จากส่วนแบ่งคอร์สสอน	30
4.3.2 รายได้จากการขายโฆษณา	30
4.3.3 รายได้จากการขายข้อมูล	30
4.4 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการในการเตรียมตัว	31
บทที่ 5 การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	32
5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	32
5.2 แผนผังองค์กร	32
5.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ(Job Description)	33
5.3.1 ผู้จัดการธุรกิจ	33
5.3.2 ฝ่ายการตลาด	34
5.3.3 ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	34
5.3.4 ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	34
5.3.5 ฝ่ายวิศวกรรม	35
5.3.6 ฝ่ายบัญชีและการเงิน	35
5.4 การวางแผนกำลังคนการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ	35
5.5 การฝึกอบรมของพนักงาน	36
บทที่ 6 แผนการเงิน	37
6.1 ขนาดของเงินลงทุน แหล่งเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง	37
6.2 โครงสร้างเงินทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน	39
6.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	41
6.4 ประมาณการงบดุล (Balance Sheet)	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
6.5	ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)	43
6.6	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)	44
6.7	การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน	44
บทที่ 7	การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง	45
7.1	ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	45
7.1.1	เนื่องจากธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขังขาด Brand Awareness จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	45
7.1.2	เนื่องจากคอร์สยังไม่ตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	45
7.2	ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง Liquidity (Risk)	46
7.3	ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Risk)	46
7.4	ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ Operation (Risk)	46
7.4.1	พนักงานไม่เพียงพอกับขนาดของธุรกิจ	46
7.4.2	การจารกรรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์	47
7.4.3	คอร์สที่เปิดโดยผู้สอนหน้าใหม่ หรือไม่มีรีวิว ไม่สามารถดึงดูดคนเข้ามาเรียน	47
7.4.4	คอร์สที่อยู่ในระบบนั้น ละเมิดลิขสิทธิ์มาจากที่อื่น	47
บรรณานุกรม		48
ภาคผนวก		49
	ภาคผนวก ก แบบคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก	50
ประวัติผู้วิจัย		54

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	แสดงจำนวนนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษาแยกตามภูมิภาค	3
2.1	แสดงผลวิเคราะห์แรงกดดันธุรกิจ 5 ประการ	12
4.1	แสดงราคาขายคืนคอร์สแปรผันตามจำนวนวันที่เหลือก่อนถึงกำหนด 90 วัน	29
4.2	ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการในการออกตลาดครั้งแรก	31
5.1	แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น	32
5.2	แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน	35
5.3	แสดงอัตราเงินเดือนการจ้างงาน	36
6.1	แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ณ ปีที่ 0)	37
6.2	แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา	38
6.3	แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี	38
6.4	แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	38
6.5	แสดงโครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้น	39
6.6	แสดงต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน	40
6.7	แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน	40
6.8	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	41
6.9	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน	41
6.10	แสดงประมาณการงบดุล	42
6.11	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	43
6.12	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	44
6.13	อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	44
6.14	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)	44

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
1.1	แสดงผลประกอบการของนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษา	3
1.2	แสดงองค์ประกอบการวิเคราะห์ SWOT	6
2.1	แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์การแข่งขัน โดยใช้หลักการ Five Force Model	10
3.1	สัดส่วนจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	14
3.2	สัดส่วนจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง	14
3.3	สัดส่วนจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	15
3.4	สัดส่วนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	15
3.5	สัดส่วนจำแนกตามสถานที่ที่พำนักอาศัย	16
3.6	สัดส่วนจำแนก Data plan ของโทรศัพท์มือถือที่ใช้ต่อเดือน	16
3.7	สัดส่วนจำแนกความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือต่อวัน	16
3.8	สัดส่วนจำแนกจุดประสงค์หรือแรงบันดาลใจในการเลือกเรียนคอร์สออนไลน์	17
3.9	สัดส่วนจำแนกหัวข้อของคอร์สเรียนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ท่านสนใจในการเข้าเรียน	18
3.10	สัดส่วนจำแนกช่องทางที่ท่านสะดวกในการเข้าถึงคอร์สออนไลน์	18
3.11	ปัจจัยในการเลือกเรียนคอร์สในแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์	18
3.12	ช่องทางการชำระเงินที่ท่านสะดวกสำหรับการชำระเงินทางออนไลน์	19
3.13	ค่าใช้จ่ายที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อคอร์สการเรียนออนไลน์ 1 คอร์ส	20
3.14	ตาราง Ansoff's Growth Matrix	20
3.15	Positioning Map ของ Edutank และคู่แข่ง	21
4.1	แสดงตัวอย่างข้อมูลของรุ่น โทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้ในประเทศไทยนิยมจาก http://www.thaimobilecenter.com	26
4.2	แสดงความสัมพันธ์ของระบบการเป็นเจ้าของคอร์สและขายคืนคอร์ส	29
5.1	แผนผังองค์กรของธุรกิจ Edutank	33

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 โอกาสและความสำคัญ

หลังจากเปิดตัว smart phone ที่มีระบบปฏิบัติการเป็นของตัวเอง และสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน ในเครื่องรวมไปถึงระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายที่มีการพัฒนาขึ้น เป็นสาเหตุที่พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ในปี 2016 ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตถึง 38 ล้านคน (<http://www.daat.in.th/index.php/daat-internet/>) ซึ่งสมาร์ตโฟน ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุปกรณ์ที่สามารถเข้าอินเทอร์เน็ตได้สะดวกที่สุด จึงกล่าวได้ว่า โทรศัพท์มือถือ เป็นแพลตฟอร์มที่มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่ และสามารถเข้าถึงตัวลูกค้าได้ง่ายเมื่อเทียบกับขนาดงบประมาณที่ใช้

พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากเทคโนโลยีนั้น ไม่ได้จำกัดเพียงแค่เรื่องสินค้าอุปโภค บริโภคเท่านั้น พฤติกรรมการใช้บริการทางด้านการศึกษา ก็มีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน เนื่องจาก โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถที่จะเป็นสื่อทางการศึกษาที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุด กลุ่มเป้าหมายจะมีแนวโน้มที่จะเรียนและความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนผ่าน โทรศัพท์มือถือ มากขึ้น ความเปลี่ยนแปลงนี้เปรียบได้กับพฤติกรรมการหาข้อมูลของผู้คนเปลี่ยนไปจากการค้นเอกสารเข้าห้องสมุด เป็นสืบค้นทาง อินเทอร์เน็ตแทน

หลักฐานที่สามารถชี้ได้ว่าการศึกษารายทาง แอปพลิเคชัน ใน โทรศัพท์มือถือ นั้นจะเป็นกระแสใหม่ในอนาคตอันใกล้นี้ กล่าวคือ การประสบความสำเร็จของแพลตฟอร์มทางการศึกษา ได้แก่ Coursera (เปิดตัวปี ค.ศ. 2012) และ Udemy (เปิดตัวปี ค.ศ. 2007) ทั้งสองแพลตฟอร์มนี้มีรูปแบบธุรกิจคล้ายกัน กล่าวคือ แพลตฟอร์มจะเปิดโอกาสให้ ผู้สอนหรือมหาวิทยาลัยที่เป็นพาร์ทเนอร์ เปิดคอร์สที่ต้องการจะสอน แล้วผู้เรียนสามารถเข้าไปเลือกคอร์สที่อยากจะเรียนแล้วจ่ายเงินค่าคอร์สนั้นๆ โดยจุดดึงดูดของ Coursera นั้นคือ เมื่อเรียนจบแล้วจะได้รับใบรับรองจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก เช่น Wharton หรือ MIT หลักสูตรที่สอนก็จะเป็นหลักสูตรเดียวกันหรือคล้ายกับหลักสูตรที่สอนในมหาวิทยาลัยนั้นๆ ส่วน Udemy นั้นจะเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่อยากสอนในหัวข้อที่อยากสอน ในลักษณะที่เหมือนติวเตอร์สอนเรื่องที่ต้องการพัฒนาความสามารถที่จำเป็นต่อหน้าที่การงาน เช่น Finance analysis by excel จนไปถึง AI หรือแม้แต่ ภาษาจีนสำหรับธุรกิจ เป็นต้น

ในปี 2017 นั้น Coursera มีผู้ลงทะเบียนเรียน 24 ล้านคนและมีคอร์สในระบบ 2,000 คอร์ส ส่วน Udemy มีผู้ลงทะเบียน 15 ล้านคน และ 45,000 คอร์ส โดยเราเรียกคอร์สออนไลน์ในแพลตฟอร์มนี้ว่า Massive Open Online Course (MOOC) (<http://www.onlinecoursereport.com/state-of-the-mooc-2016-a-year-of-massive-landscape-change-for-massive-open-online-courses/>)

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า แม้ Massive Open Online Course (MOOC) จะสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของผู้คนในสังคมโลก แต่เนื่องจากคอร์สส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งยังเป็นอุปสรรคกับผู้คนในประเทศที่ยังไม่คุ้นเคยกับการเรียนรู้โดยภาษาอังกฤษ อีกทั้งราคาของคอร์สในแพลตฟอร์มนั้น ยังมีราคาสูงเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยประชากรในประเทศไทย และจากการสังเกตของผู้เขียนแผนธุรกิจนั้น พบว่า ผู้สอนที่มาจากประเทศที่ไม่ได้มีภาษาแม่เป็นภาษาอังกฤษนั้นจะได้รับคอมเม้นท์ว่า สำเนียงเป็นอุปสรรคในการสอน ทำให้เป็นการยากที่จะทำให้คอร์สเป็นที่นิยม

ในประเทศไทยนั้นมีผู้คนในวัยศึกษาอยู่ถึง 11 ล้านคนในปี พ.ศ.2559 ทั้งยังมีจำนวนอาจารย์ และผู้เชี่ยวชาญในการสอนคอร์สต่างๆจำนวนหนึ่ง อีกทั้งยังไม่มีระบบ MOOC ที่เป็นภาษาไทย และมีความสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาของไทย ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นโอกาสที่สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจที่ให้บริการระบบ MOOC ประสบความสำเร็จได้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, จำนวนนักเรียน นิสิต นักศึกษา ในสถานศึกษาของรัฐบาลและเอกชน จำแนกตามชั้นและระดับการศึกษา, 2559)

1.2 การเติบโตของธุรกิจ

เนื่องจากแผนธุรกิจนี้จัดอยู่ในหมวดของธุรกิจการศึกษา ดังนั้นการเติบโตของธุรกิจการศึกษาในประเทศไทยสามารถบ่งบอกได้จากผลการประกอบการและแนวโน้มการลงทุนเพิ่มเติมของนิติบุคคลที่ประกอบการศึกษาในประเทศไทย ข้อมูลจากกองข้อมูลธุรกิจ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 พบว่า รายได้ของนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยรายได้รวมของนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษาในปี พ.ศ. 2559 นั้นมีเติบโตขึ้นมาถึง 3.94 เท่า เมื่อเทียบกับรายได้รวมปี 2554 (http://www.dbd.go.th/ewt_dl_link.php?nid=469402241)

โดยจำนวนนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษาที่ยังคงอยู่นั้นมีจำนวนทั้งหมด 302 ราย โดยจำแนกนิติบุคคลตามภูมิภาคได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษาแยกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนนิติบุคคล
กรุงเทพมหานคร	ราย 158
ภาคกลาง	ราย 68
ภาคตะวันออก	ราย 10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ราย 25
ภาคเหนือ	ราย 20
ภาคใต้	ราย 20
ภาคตะวันตก	ราย 1



ภาพที่ 1.1 แสดงผลประกอบการของนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจการศึกษา
ที่มา: กองข้อมูลธุรกิจ

จากภาพที่ 1.1 จะพบว่านอกจากรายได้รวมของธุรกิจการศึกษานั้นจะเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2558 นั้นสินทรัพย์รวมของธุรกิจทางการศึกษานั้นได้เพิ่มขึ้นถึง 7.4 เท่าของปีก่อนหน้า เป็นการบ่งบอกถึงการลงทุนเพิ่มขึ้นและมีแผนการที่จะรองรับตลาดที่ขยายขึ้นอนาคต (กองข้อมูลธุรกิจ, 2559)

1.3 รายละเอียดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์/บริการ

ธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษา Edutank นั้นจะแบ่งคอร์สการสอนออกมาเป็น 3 หมวดใหญ่ ได้แก่ คอร์ส Practical คอร์ส Fundamental และ คอร์ส Tutoring

1. คอร์ส Practical จะเป็นคอร์สที่มีความยาวไม่เกิน 12 ชม.ในการเรียนโดยหัวข้อของคอร์สจะแบ่งไปตาม หมวดหมู่ของวิชาต่างๆ คอร์สประเภทนี้จะไม่เป็นไปตามหลักสูตรการเรียนการสอนในระบบ แต่จะเป็นการสร้างหัวข้อจากความถนัดของผู้สอน หรือเป็นหัวข้อที่มีความน่าสนใจ หรือเป็นคอร์สที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำงาน ซึ่งเรียนแล้วสามารถนำไปใช้จริงได้เลย

2. คอร์ส Theoretical คอร์สคือ ประเภทที่สอนวิชาที่อยู่ในหลักสูตรมหาวิทยาลัยในแต่ละ คณะความยาวของคอร์สจะเป็นไปตามหลักสูตรจริงที่สอนในมหาวิทยาลัย โดยคอร์สเหล่านี้จะแบ่งออกเป็น รายวิชา และได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ถ้าผู้เรียนสามารถส่ง โปรเจค หรือสอบผ่าน คอร์ส Theoretical จะเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้เรียนวิชากับอาจารย์ที่อยู่ในมหาวิทยาลัยชั้นนำใน ประเทศ โดยไม่จำกัดอายุ นักเรียนที่อยู่ในช่วงมัธยมสามารถลงเรียนเพื่อเพิ่มความรู้และทดสอบความชอบ ของตัวเองได้ นักศึกษาที่อยู่ระดับมหาวิทยาลัยสามารถเรียนวิชาเพิ่มเติมซึ่งบางครั้งอาจจะเป็นหัวข้อ ที่มหาวิทยาลัยตัวเองไม่มี ส่วนวัยทำงานสามารถเข้าคอร์สนี้เพื่อเพิ่มความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่ออาชีพ เช่น ผู้ที่มีประสบการณ์เป็นวิศวกร สามารถลงเรียนวิชาบัญชีพื้นฐาน เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

3. คอร์ส Tutoring คือคอร์สที่มีความยาวที่สั้น ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ที่อธิบายหัวข้อสั้นๆ ที่ มีประโยชน์สำหรับการเตรียมสอบ หรือเอาไว้อธิบายเพื่อทำการบ้าน คอร์ส Tutoring นี้ ถูกออกแบบ ให้เข้าการเตรียมสอบ ในหลักสูตรของประเทศไทย

1.4 รูปแบบจำลองของการดำเนินงานทางธุรกิจ

ธุรกิจ Edutank เป็นแพลตฟอร์มหรือตัวกลางสำหรับให้ผู้ที่ต้องการจะสอนและผู้ที่ต้องการ จะเรียนมาเจอกัน โดยรายได้ของธุรกิจนี้จะมาจากส่วนแบ่งค่าคอร์สระหว่างผู้สอนกับธุรกิจ และค่า โฆษณาเป็นหลัก ดังนั้นปัจจัยหลักในการเติบโตของธุรกิจนี้นั้น มาจากขนาดของเครือข่ายผู้เรียนและ ผู้สอนโดยตรง สำหรับคุณภาพของผู้สอนนั้น สำหรับ คอร์ส Theoretical นั้น แต่ละวิชาต้องผ่านความเห็น ชอบจากมหาวิทยาลัย เนื่องจากตัวคอร์สจะอยู่ภายใต้เครดิตของมหาวิทยาลัยนั้นๆ เอง และผู้สอน ต้องเป็นอาจารย์ที่อยู่มหาวิทยาลัยนั้น ซึ่งเป็นการกรองคุณภาพของคอร์สไปด้วยในตัว ส่วนคอร์สประเภท Practical และ Tutoring นั้น ผู้สอนจะเป็นผู้สอนแบบอิสระ สามารถสมัครสมาชิก ยืนยันตัวตน และ Upload คอร์สสอนได้ทันที โดยใช้ ระบบ review จากผู้เข้าเรียนเป็นตัวบ่งบอก คุณภาพของคอร์สและ ผู้สอนนั้นๆ ก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านคุณภาพของคอร์ส และหัวข้อที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียน

1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission, and Goals)

1.5.1 วิสัยทัศน์

ผู้นำแพลตฟอร์มการศึกษาของประเทศไทย

1.5.2 พันธกิจ

เป็นแพลตฟอร์มการศึกษาที่มีคุณภาพ ที่ยึดแนวทางดังนี้

1. มีเครือข่ายผู้สอนที่มีคุณภาพในทุกสาขาวิชา
2. มีคอร์สการเรียนการสอนที่ตรงความต้องการของผู้เรียนในประเทศ
3. ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จริง
4. ราคาคอร์สที่ทุกคนเข้าถึงได้
5. สร้างชุมชนการเรียนการสอน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อเพิ่มพูนความรู้

1.5.3 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1-3)

1. มหาวิทยาลัยให้ความร่วมมือในการสร้างคอร์สในระบบ 2 มหาวิทยาลัย
2. ผู้สอนอิสระ อย่างน้อย 200 ราย
3. คอร์ส Tutoring ครอบคลุมหลักสูตรมัธยมในไทยทั้งหมด
4. คอร์สทั้งสามประเภทมีรวมกันอย่างน้อย 300 คอร์ส ในระบบ
5. มีผู้เรียนสมัครเข้ามาในระบบ 50000 คน
6. แพลตฟอร์มเปิดให้บริการทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน
7. แอปพลิเคชัน ต้องมีความเสถียร ในเรตติ้ง 4 ดาวขึ้นไป

1.5.4 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 4-7)

1. มหาวิทยาลัยให้ความร่วมมือ สร้าง คอร์สในระบบ 15 มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช และ รามคำแหง บรรจุวิชาลงในแพลตฟอร์ม เพื่อให้ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยสามารถเรียนทางไกลผ่านระบบได้
3. ผู้สอนอิสระ อย่างน้อย 600 ราย
4. คอร์ส Tutoring ครอบคลุมหลักสูตรมัธยมในไทยทั้งหมด
5. คอร์สทั้งสามประเภทมีรวมกันอย่างน้อย 1200 คอร์ส ในระบบ
6. มีผู้เรียนสมัครเข้ามาในระบบ 150000 คน
7. สามารถนำข้อมูลการใช้งานของผู้เรียน มาประเมินพฤติกรรมผู้เรียน ได้

1.5.5 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 8-10)

1. ใบประกาศนียบัตรของแพลตฟอร์ม เป็นที่ยอมรับในสังคมการทำงาน
2. มหาวิทยาลัยชั้นนำอย่างน้อย 4 มหาวิทยาลัย ให้ความร่วมมือในการบรรจุและรับรองหลักสูตรปริญญาตรี หรือปริญญาโท ผู้เรียนสามารถเรียนทางไกลผ่านแพลตฟอร์มได้
3. การเรียนคอร์สในแพลตฟอร์ม เป็นทางเลือกแรกของคนวัยทำงานที่ต้องการพัฒนาความสามารถ
4. นักเรียนในระดับมัธยมเลือกใช้คอร์สการสอนในแพลตฟอร์ม เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาเพิ่มเติม หรือเตรียมสอบ เป็นอันดับแรก
5. ผู้สอนอิสระ อย่างน้อย 1200 ราย
6. คอร์สทั้งสามประเภทมีรวมกันอย่างน้อย 2000 คอร์ส ในระบบ
7. มีผู้เรียนสมัครเข้ามาในระบบ 1500000 คน

1.6 การวิเคราะห์ห้องค์การ/ธุรกิจ (SWOT Analysis)



ภาพที่ 1.2 แสดงองค์ประกอบการวิเคราะห์ SWOT

1.6.1 Strengths

1. คู่แข่งน้อย เนื่องจากเป็นที่แรกในประเทศไทย ที่เสนอคอร์สออนไลน์เป็นภาษาไทย
2. ธุรกิจมีความยืดหยุ่นทางการเงินสูง เนื่องจากรูปแบบธุรกิจไม่จำเป็นต้องลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ หรือเครื่องจักรที่ต้องใช้เวลาต้นทุนสูง
3. ไม่ต้องสร้างคอร์สเอง แต่ใช้วิธีดึงครูผู้ที่ต้องการสอนเข้ามาสอนในแพลตฟอร์มแทน

4. หัวข้อคอร์สครอบคลุมความต้องการตั้งแต่วัยมัธยมศึกษา จนถึงวัยทำงาน
5. เมื่อแพลตฟอร์มสามารถสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ขนาดใหญ่ได้สำเร็จ ข้อมูลการใช้ระบบของทั้งฝั่งผู้สอนและผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ และสร้างมูลค่าได้
6. เครือข่ายการเรียนรู้ที่ใหญ่ขึ้นจะสร้างอำนาจต่อรองของธุรกิจได้มากขึ้น สามารถส่งเสริมการขนาดธุรกิจในอนาคตได้
7. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย เนื่องจากแพลตฟอร์มสามารถเรียนผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้เลย
8. สามารถแก้ปัญหาของผู้เข้าเรียนที่อยู่ในสถานที่เดินทางลำบากได้
9. คอร์ส Theoretical จากมหาวิทยาลัยชั้นนำสามารถดึงดูดผู้เข้าเรียนได้เป็นจำนวนมาก

1.6.2 Weakness

1. เจ้าของธุรกิจยังมีประสบการณ์น้อยในการทำธุรกิจ
2. บุคคลากรที่เชี่ยวชาญทางด้าน โปรแกรมมิ่ง และเทคโนโลยี ในไทยมีไม่มาก
3. สามารถโดยลอกเลียนแพลตฟอร์มแบบได้ง่าย
4. ราคาของคอร์ส Tutoring ไม่สามารถตั้งราคาได้สูง
5. เนื่องจากแพลตฟอร์มนั้นต้องใช้งบการตลาดที่สูงเพื่อให้แพลตฟอร์มเป็นที่รู้จัก

1.6.3 Opportunities

1. ระบบด้านสาธารณสุขโลกในประเทศไทยมีแนวโน้มดีขึ้น สัญญาณอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลมากขึ้น
2. เครื่องมือที่ใช้เข้าถึงคอร์สออนไลน์ที่สำคัญ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือที่สามารถเปิดภาพเคลื่อนไหวได้มีแนวโน้มถูกลง
3. สัญญารายเดือนของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือมีแนวโน้มเดียวกัน กล่าวคือ สัญญาเปลี่ยนไปมีลักษณะที่ สัญญาณ 4G ที่อนุญาตให้ต่อเดือนมากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่ราคาเท่าเดิมหรือถูกลง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเปิดดูวิดีโอได้ง่ายขึ้น
4. แรงงานต่างด้าวในประเทศไทยจะมีความต้องการพัฒนาสกิลของตัวเองเกิดขึ้นในอนาคต เท่ากับตลาดของคอร์ส Practical สามารถขยายได้อีก

1.6.4 Threats

1. การเก็บเงินค่าคอร์สจะเก็บผ่านทางออนไลน์ หรือบัตรเครดิตเท่านั้น ซึ่งเจ้าของธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองค่าธรรมเนียมได้น้อย
2. มีกลุ่มเป้าหมายบางส่วนที่ยังไม่มีรายได้ และไม่มีบัตรเครดิตเป็นของตัวเอง จะมีอุปสรรคในการชำระค่าคอร์ส
3. ทุนของธุรกิจประเภทเดียวกันที่มีฐานอยู่ต่างประเทศ มีขนาดใหญ่กว่า Edutank มาก แม้ตลาดคอร์สออนไลน์ ในเมืองไทยจะมีขนาดเล็กมาก เทียบกับขนาดตลาดของคอร์สออนไลน์ที่เป็นภาษาอังกฤษ แต่ถ้าธุรกิจคอร์สออนไลน์จากต่างประเทศนั้นเปิดให้มีคอร์สสอนเป็นภาษาไทย ก็สามารถกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของ Edutank ได้



บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

2.1 การวิเคราะห์แพลตฟอร์มการศึกษา

อุตสาหกรรมการให้บริการแพลตฟอร์มการศึกษานั้น ยังไม่มีข้อมูลในไทย แต่ในตลาดทั่วโลก อุตสาหกรรมนี้กำลังเติบโตอย่างมาก โดยในปี 2016 อุตสาหกรรม มีนักเรียนทั้งหมด 58 ล้านคน มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วมถึง 700 มหาวิทยาลัย และมีคอร์สให้บริการมากกว่า 6850 คอร์ส ซึ่งในไม่ช้า อุตสาหกรรมนี้จะเข้ามามีบทบาทในตลาดการศึกษาไทยและมีแนวโน้มได้ที่จะได้รับความนิยม เนื่องจากการเข้าถึงที่ง่าย และมีคอร์สที่น่าสนใจ หรือ ตอบโจทย์ความต้องการ มากมาย อีกทั้งบริษัทข้ามชาติเริ่มให้ความสำคัญกับใบรับรองที่มาจากคอร์สออนไลน์แล้ว

ปัญหาการศึกษาในประเทศไทยนั้น ยังเป็นปัญหาเดิมๆ ที่ยังอยู่ระหว่างการแก้ไข ได้แก่ ความกระจุกตัวของคุณภาพการศึกษาในเมืองใหญ่ ส่งผลให้คุณภาพของการเรียนการสอนทั่วประเทศไม่เท่ากัน เด็กนักเรียนจำนวนมากจากต่างจังหวัดจะต้องเดินทางมาเรียนพิเศษ หรือเตรียมสอบ ในจังหวัดใหญ่ที่มีสถาบันติวเตอร์ตั้งอยู่ สำหรับในวัยทำงาน หลักสูตรจากมหาวิทยาลัยยังไม่พอสำหรับการพัฒนาตัวเองในหน้าที่การงาน หรือแม้จะมีทรัพยากรมากพอที่จะจ่ายค่าคอร์สออนไลน์ แต่ก็ยังมีปัญหาในการเรียนคอร์สออนไลน์ที่เป็นภาษาอังกฤษ แต่มีสิ่งหนึ่งที่ประเทศไทยมีการเติบโตต่อเนื่อง คือเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้คนในพื้นที่จังหวัดเล็กๆสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ส่งผลให้นักเรียนอาจไม่จำเป็นต้องเดินทางไกล ถ้าคอร์สออนไลน์นั้น ตอบสนองความต้องการได้ ทางด้านผู้สอนนั้น ประเทศไทยมีผู้เชี่ยวชาญมากมายที่สามารถเปิดสอนคอร์สได้ไม่ต่างจากแพลตฟอร์มของต่างประเทศ แต่อาจจะประสบปัญหาเรื่องสำเนียงภาษาอังกฤษที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการค้นคอร์สของตัวเองให้เป็นที่น่าสนใจ ดังนั้นถือว่าประเทศไทย มีทรัพยากรและความต้องการพร้อมรอให้มีแพลตฟอร์มการศึกษาเปิดให้บริการในตลาดไทย และมีความเป็นไปได้ที่อุตสาหกรรมนี้จะเติบโตขึ้นมาในภูมิภาคนี้

2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ (แรงกดดัน 5 ประการ Five-Force)

เนื่องจากธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษาในมุมมองของตลาดในประเทศไทย ถือเป็นธุรกิจหน้าใหม่ที่ต้องวางแผนเพื่อเข้าสู่ตลาดและสร้างฐานลูกค้า การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันจะใช้หลักการวิเคราะห์ตามแรงกดดัน 5 ประการของ Porter ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างการวิเคราะห์การแข่งขันโดยใช้หลักการ Five Force Model

2.2.1 แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threat of Market Entry)

- ธุรกิจการให้บริการแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์นั้นไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เช่น ดิจ หรือ เครื่องจักร ทำให้ใช้เงินลงทุนไม่สูง ผู้ประกอบการรายใหม่ เข้ามาในธุรกิจง่าย (+)
- เทคโนโลยี หรือ เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าตลาด มีต้นทุนต่ำและผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นการเกื้อหนุนโอกาสทางการแข่งขัน (+)
- คู่แข่งรายใหม่ สามารถลอกเลียนแบบ รูปแบบของแพลตฟอร์มได้ไม่ยาก (+)
- ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเท่าเทียมกัน ทั้งผู้เล่นในตลาด และคู่แข่งรายใหม่ เนื่องแพลตฟอร์มนั้นเปิดในดาวโหลดผ่านทาง App store ของอุปกรณ์มือถือ (+)
- ความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มเกิดขึ้นจากรีวิวจากผู้ใช้งานจริง ซึ่งสามารถส่งข้อความถึงลูกค้าได้โดยตรง ส่งผลให้แพลตฟอร์มที่เปิดมาก่อนมีผลรีวิวน่าเชื่อถือกว่าคู่แข่งรายใหม่ที่ยังไม่มีคนเข้าไปใช้มากนัก (-)
- Switching cost ต่ำลูกค้าสามารถสวอโหลดแพลตฟอร์มของกลุ่มแข่งรายใหม่มาลองใช้ได้ไม่ยาก (+)

สรุปกำแพงในการป้องกันคู่แข่งรายใหม่ ที่จะเข้ามาสู่ในธุรกิจนี้อยู่ในระดับต่ำ ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย

2.2.2 แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry)

- ธุรกิจการให้บริการแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ที่ให้บริการคอร์สเป็นภาษาไทยนั้น ยังไม่มีในตลาดประเทศไทย ดังนั้นคู่แข่งหลักในประเทศจะได้แก่ พวกธุรกิจสถาบันติวเตอร์ ทั้งที่มีหน้าร้านของตัวเอง และ ออนไลน์ ซึ่งยังมีการแข่งขันที่รุนแรงจนถึงระดับตัดราคาแข่งกัน (+)

- Scale of economy ของสถาบันติวเตอร์ รายใหญ่ในประเทศไม่สามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ได้โดยตรง เนื่องจากธุรกิจให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่ได้มีต้นทุนดำเนินงานประเภทเดียวกับสถาบันติวเตอร์ อีกทั้งสถาบันติวเตอร์รายใหญ่ในประเทศ ยังไม่มีรายใดมีความถนัดในการให้บริการคอร์สออนไลน์ (+)

- การออกจากอุตสาหกรรมทำได้ง่าย ไม่มีอุปสรรคหรือพันธะทางกฎหมายที่ไม่สามารถทำให้ออกจากอุตสาหกรรมไม่ได้ (+)

- สามารถสร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรมได้ อีกทั้งมีความเป็นไปได้สูงที่ตัวธุรกิจแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ที่จะสามารถเปลี่ยนจากคู่แข่งมาเป็นพันธมิตรกับคู่แข่งหลักอย่างสถาบันติวเตอร์ได้ในอนาคต (+)

สรุป การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมยังไม่มี ความรุนแรงมากนักเนื่องจากยังไม่มีคู่แข่งที่ทำให้ธุรกิจประเภทเดียวกัน โดยตรงในตลาดภายในประเทศ อีกทั้งธุรกิจมาคักยภาพที่จะนำเสนอการบริการที่สร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรมได้

2.2.3 แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน(Threat from substitute)

ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้สินค้าทดแทนประเภทอื่น อาทิเช่น สถาบันติวเตอร์ที่มีชื่อเสียง การเปิดคอร์สพิเศษที่อยู่ใกล้สถาบัน และแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ของต่างประเทศ (-)

สรุปความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนมีค่อนข้างสูง (-)

2.2.4 แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Power of Customers)

- ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากธุรกิจประเภทแพลตฟอร์มมี switching cost ต่ำ ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปลองใช้แพลตฟอร์มอื่นและสามารถเปรียบเทียบราคา และประสบการณ์การให้บริการได้ง่าย (-)

- คอร์สออนไลน์ที่เป็นภาษาไทย ที่รองรับหัวข้อการพัฒนาความสามารถของวิทยากร
คอร์สที่ตีพิมพ์ข้อที่เข้ากับหลักสูตรการศึกษาไทยในระดับมัธยม และคอร์สที่เปิดโอกาสให้บุคคล
ภายนอกมีโอกาสได้เรียนนั้น ยังมีบริการแค่นั้นที่เดียว (+)

สรุป อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากธุรกิจประเภทซอฟต์แวร์นั้น
ลูกค้ามีอิสระในการเลือกซื้อและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย(-) แต่แพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ที่เป็นภาษาไทย
รองรับความต้องการของระบบการศึกษาไทยนั้นเพียงที่เดียวนั้น สามารถดึงดูดลูกค้าไว้ได้(+)

2.2.5 แรงกดดันที่ 5: อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier)

- วัตถุดิบในที่นี้คือ ผู้สอนที่นำคอร์สการเรียนมา upload ลงบนแพลตฟอร์ม โดยจะ
แบ่ง Supplier เป็น สองกลุ่มคือ Supplier ที่เป็นมหาวิทยาลัย และ Supplier ที่เป็นผู้สอนอิสระ Supplier
ที่เป็นมหาวิทยาลัย จะมีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจาก ภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มที่มหาวิทยาลัยตัดสินใจ
นำคอร์สไปลงจะส่งผลโดยตรงกับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย แต่ผู้สอนอิสระนั้นจะมีอำนาจการต่อรอง
ต่ำ เนื่องจากมีจำนวนมากและสามารถสมัครได้อย่างอิสระ โดยระบบเรตติ้งจะคัดกรองคุณภาพของ
ผู้สอนเอง (+)

- Server และระบบที่ใช้สร้างแพลตฟอร์มนั้น มีอำนาจการต่อรองต่ำ เนื่องจากในตลาด
มีระบบที่มีความสามารถคล้ายกันหลายระบบ เราสามารถเลือกระบบที่ให้ Benefit กับบริษัทมากที่สุด
ได้ (+) ราคาวัตถุดิบ (ตารางที่ 2.1)

สรุป อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบอยู่ในระดับต่ำซึ่งส่งผลด้านบวกต่อธุรกิจนี้ (+)

ตารางที่ 2.1 แสดงผลวิเคราะห์แรงกดดันธุรกิจ 5 ประการ

แรงกดดัน 5 ประการ	ผลกระทบต่อธุรกิจ
กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่	+
ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	+
ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน	-
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	-
อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ	+

หมายเหตุ (+) หมายถึง แรงกดดันในด้านนั้นส่งผลดีต่อธุรกิจ

(-) หมายถึงแรงกดดันในด้านนั้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

จากตารางที่ 2.1 พบว่าการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้วพบว่าการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจนี้นั้นน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ที่จะอยู่รอดในอุตสาหกรรม ซึ่งความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนและอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ นั้นจะเปลี่ยนไปหลังจากที่แพลตฟอร์มขยายตัวขึ้น และลูกค้าเริ่มซื้อคอร์สออนไลน์เก็บไว้ใน Account ตัวเองมากขึ้น



บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 ผลการวิจัยตลาด

ผู้จัดทำได้ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าประเภทคอร์สออนไลน์ ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้น 119 ชุด ซึ่งเป็นการสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google form) ซึ่งผลสำรวจที่ได้รับสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบแนวทางในการเตรียมแผนงานดำเนินการทางด้านการตลาด สำหรับธุรกิจ Edutank โดยมีรายละเอียดดังนี้

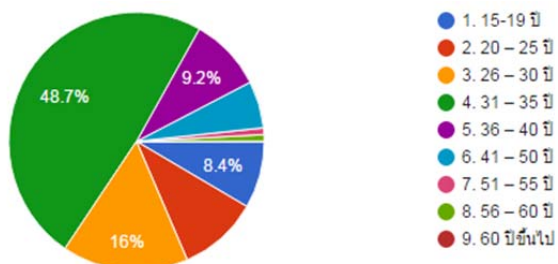
3.1.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 119 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังต่อไปนี้



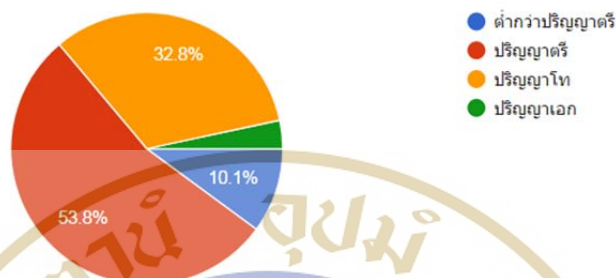
ภาพที่ 3.1 สัดส่วนจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.1 พบว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 57.1 หรือ 68 คน และเพศหญิงร้อยละ 42.9 หรือ 51 คน ตามลำดับ



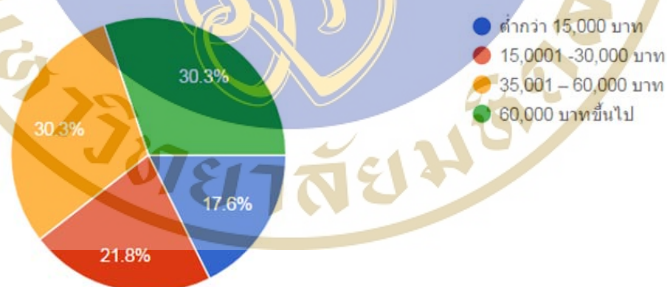
ภาพที่ 3.2 สัดส่วนจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.2 พบว่าช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.7 หรือ 58 คน ช่วงอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.2 หรือ 11 คน ช่วงอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.1 หรือ 12 คน ช่วงอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 หรือ 19 คน และ ช่วงอายุ 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.4 หรือ 10 คน



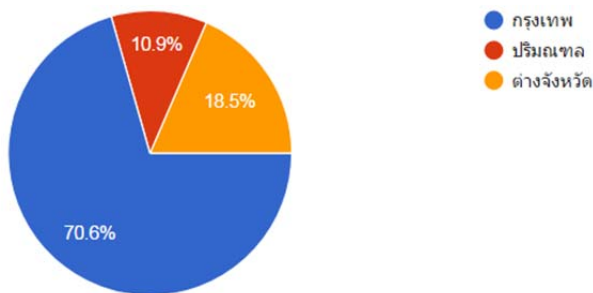
ภาพที่ 3.3 สัดส่วนจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.3 พบว่าช่วงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 64 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53.8 ระดับปริญญาโทจำนวน 39 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 32.8 ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.1 และ มากกว่าปริญญาเอกจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ



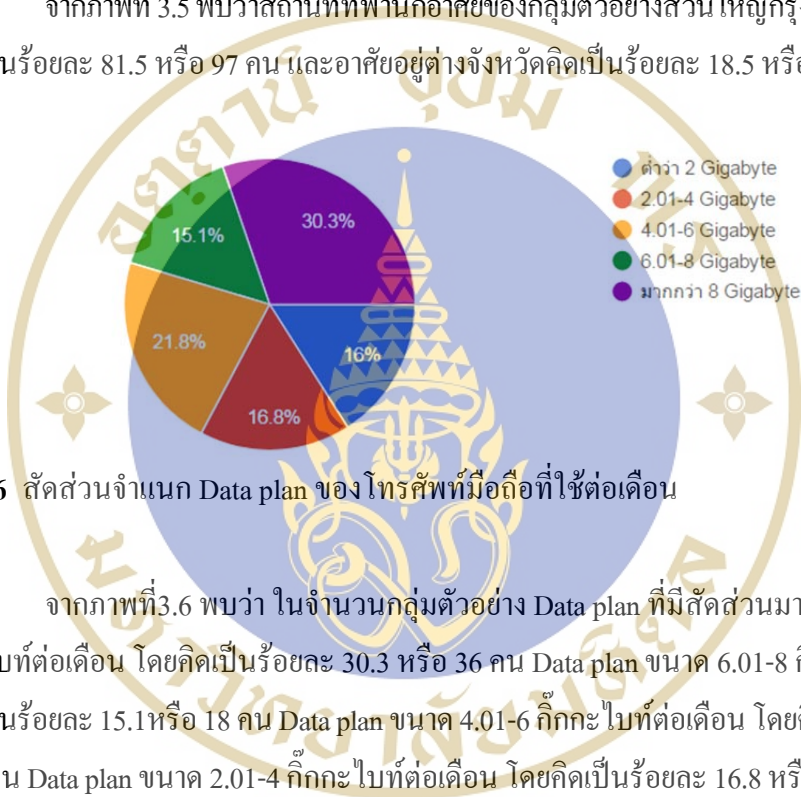
ภาพที่ 3.4 สัดส่วนจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3.4 พบว่ารายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่รายได้ระหว่าง 35,001 – 60,000 บาท และ 60,000 บาทขึ้นไป โดยทั้งสองกลุ่มนี้จะมีจำนวนเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.6 หรือ 72 คน รายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท มีจำนวนเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.8 หรือ 26 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมีจำนวนเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.6 หรือ 21 คน ตามลำดับ



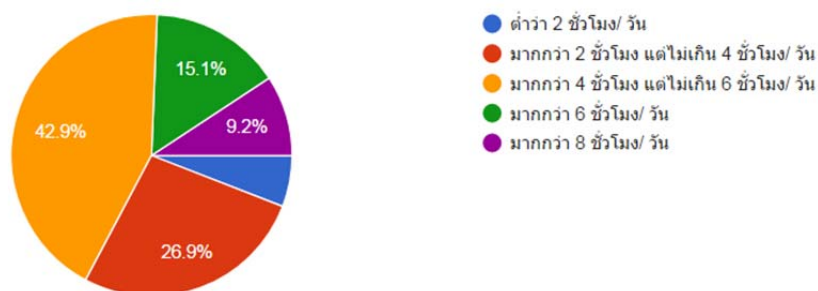
ภาพที่ 3.5 สัดส่วนจำแนกตามสถานที่ที่พำนักอาศัย

จากภาพที่ 3.5 พบว่าสถานที่ที่พำนักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กรุงเทพฯและปริมณฑล โดยคิดเป็นร้อยละ 81.5 หรือ 97 คน และอาศัยอยู่ต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 18.5 หรือ 22 คน ตามลำดับ



ภาพที่ 3.6 สัดส่วนจำแนก Data plan ของโทรศัพท์มือถือที่ใช้ต่อเดือน

จากภาพที่3.6 พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง Data plan ที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ มากกว่า 8 กิกะไบต์ต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 30.3 หรือ 36 คน Data plan ขนาด 6.01-8 กิกะไบต์ต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.1หรือ 18 คน Data plan ขนาด 4.01-6 กิกะไบต์ต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 21.8 หรือ 26 คน Data plan ขนาด 2.01-4 กิกะไบต์ต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 16.8 หรือ 20 คน Data plan ต่ำกว่า 2 กิกะไบต์ต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 16 หรือ 19 คน ตามลำดับ

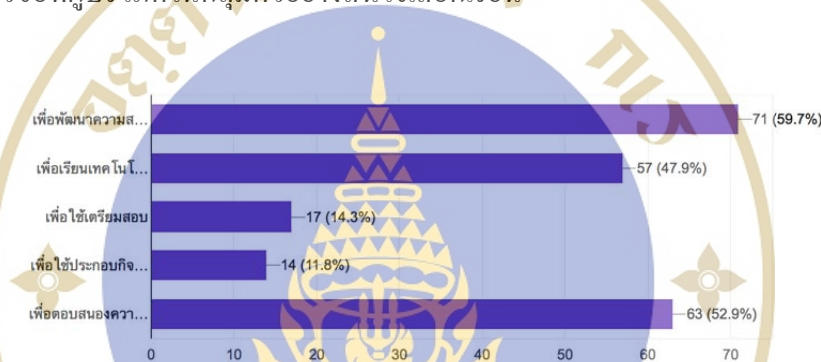


ภาพที่ 3.7 สัดส่วนจำแนกความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือต่อวัน

จากภาพที่ 3.7 พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือต่อวันมี สัดส่วนมากที่สุดคือ 4-6 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 หรือ 51 คน ใช้โทรศัพท์ 2-4 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 26.9 หรือ 32 คน ใช้โทรศัพท์ 6-8 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.1 หรือ 18 คน ใช้โทรศัพท์ 8 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 9.2 หรือ 11 คน ใช้โทรศัพท์ต่ำกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 5.9 หรือ 7 คน ตามลำดับ

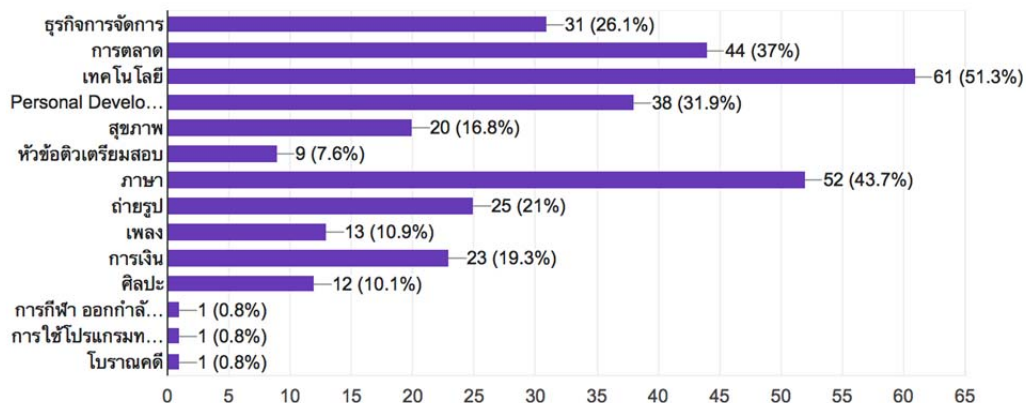
3.1.2 ส่วนที่ 2 ลักษณะการเลือกใช้บริการคอร์สออนไลน์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคอร์สออนไลน์ โดยชุดของคำถามมีจุดประสงค์เพื่อบ่งบอกเหตุผลที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการคอร์สออนไลน์ รวมถึงไปถึงหัวข้อที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างสนใจเลือกเรียน

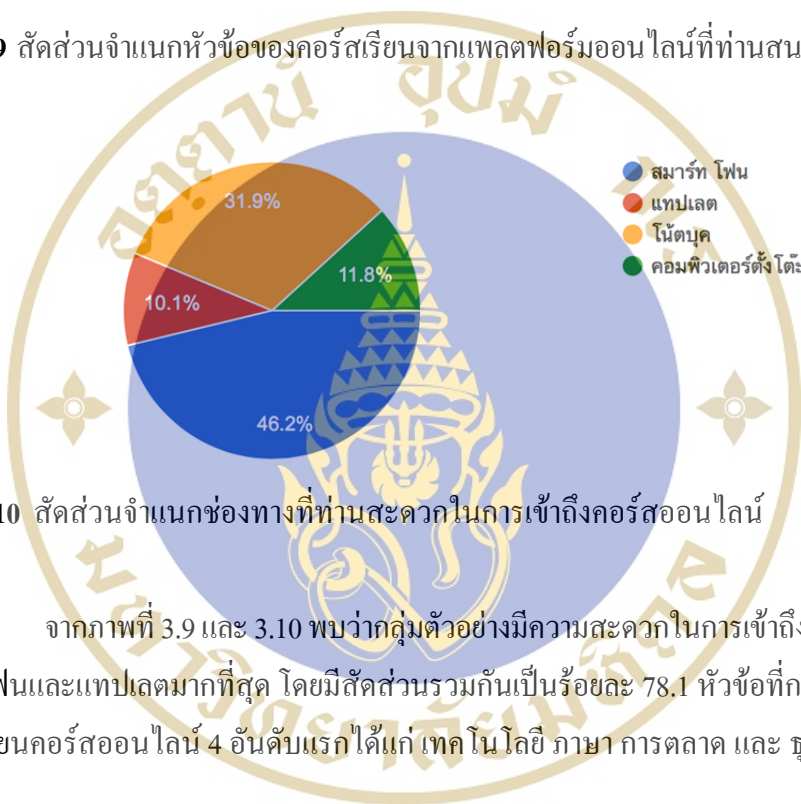


ภาพที่ 3.8 สัดส่วนจำแนกจุดประสงค์หรือแรงบันดาลใจในการเลือกเรียนคอร์สออนไลน์

จากภาพที่ 3.8 พบว่า จุดประสงค์ของการเลือกเรียนคอร์สออนไลน์เพื่อที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองนั้นมีสัดส่วนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 59.7 เรียนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 52.9 เพื่อเรียนเทคโนโลยีใหม่นั้นมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 47.9 เพื่อใช้เตรียมสอบและเพื่อใช้ในการประกอบกิจการนั้นมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 14.3 และ 11.8 ตามลำดับ

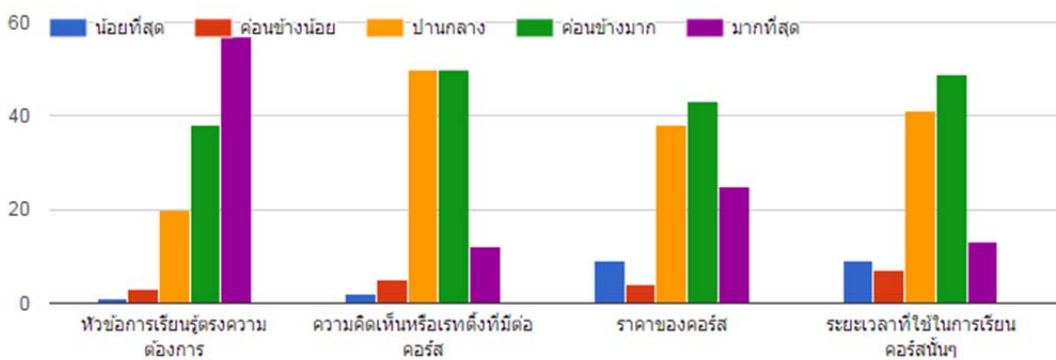


ภาพที่ 3.9 สัดส่วนจำนวนหัวข้อของคอร์สเรียนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ท่านสนใจในการเข้าเรียน

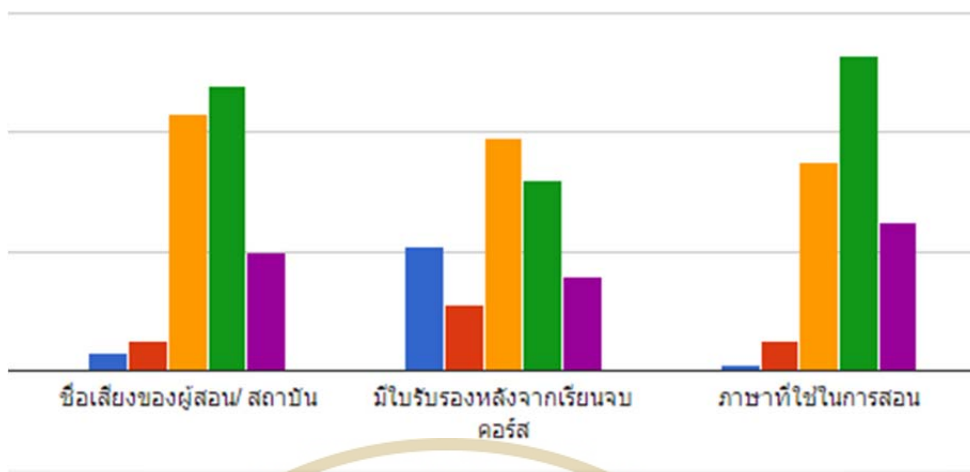


ภาพที่ 3.10 สัดส่วนจำนวนช่องทางที่ท่านสะดวกในการเข้าถึงคอร์สออนไลน์

จากภาพที่ 3.9 และ 3.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสะดวกในการเข้าถึงออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากที่สุด โดยมีสัดส่วนรวมกันเป็นร้อยละ 78.1 หัวข้อที่กลุ่มสำรวจสนใจในการเข้าเรียนคอร์สออนไลน์ 4 อันดับแรกได้แก่ เทคโนโลยี ภาษา การตลาด และ ธุรกิจการจัดการ

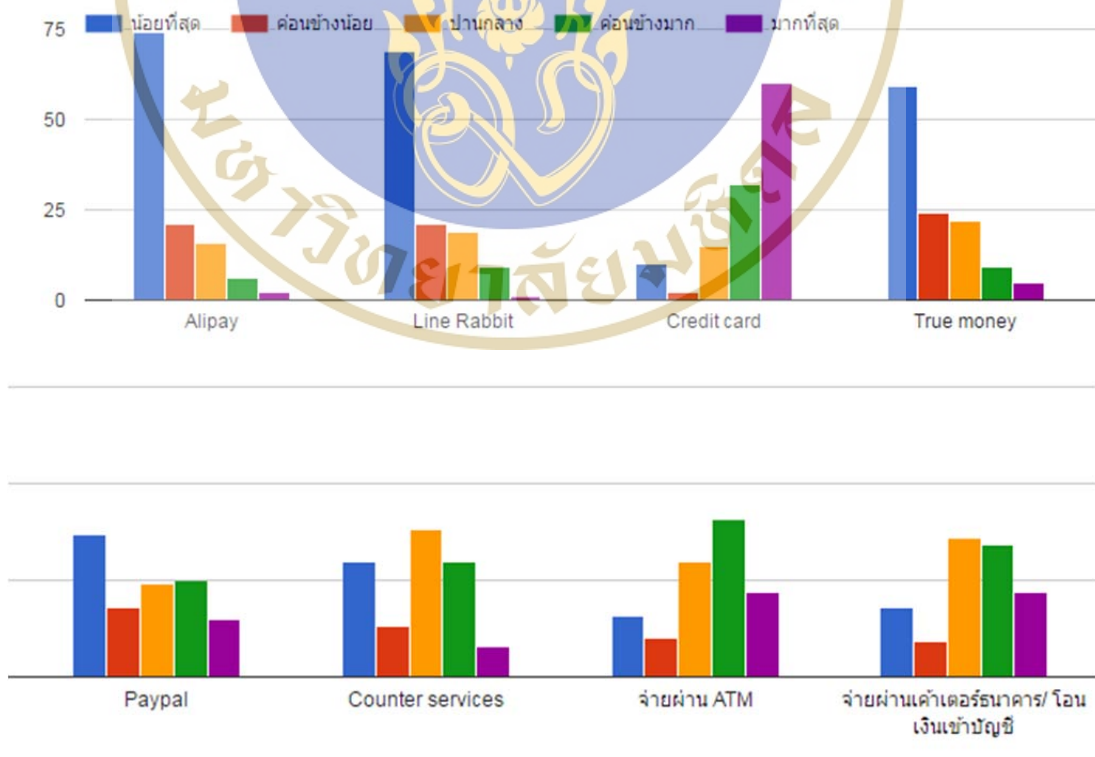


ภาพที่ 3.11 ปัจจัยในการเลือกเรียนคอร์สในแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์



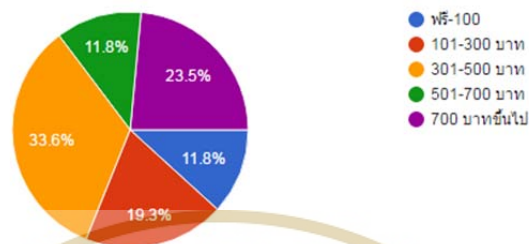
ภาพที่ 3.11 ปัจจัยในการเลือกเรียนคอร์สในแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ (ต่อ)

จากภาพที่ 3.11 สำหรับปัจจัยในการเลือกเรียนคอร์สในแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับหัวข้อการเรียนรู้ตรงกับความต้องการมากที่สุด ตามมาด้วยเรื่องที่มีต่อคอร์ส ภาษาที่ใช้ในการสอน ชื่อเสียงของผู้สอน/สถาบัน และระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนคอร์สนั้นๆ



ภาพที่ 3.12 ช่องทางการชำระเงินที่ท่านสะดวกสำหรับการชำระเงินทางออนไลน์

จากภาพที่ 3.12 พบว่า ช่องทางการจ่ายเงินที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกที่สุดได้แก่ การจ่ายเงินผ่านทางบัตรเครดิต ตามมาด้วย จ่ายผ่านเอทีเอ็ม และจ่ายผ่านเค้ายอเตอร์ธนาคาร/โอนเงินเข้าบัญชีตามลำดับ



ภาพที่ 3.13 ค่าใช้จ่ายที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อคอร์สการเรียนออนไลน์ 1 คอร์ส

จากภาพที่ 3.15 พบว่า ค่าใช้จ่ายที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมต่อคอร์สการเรียนออนไลน์ 1 คอร์สได้แก่ที่ราคา 301-500 บาทต่อคอร์ส อันดับสองได้แก่ ราคา 700 บาทขึ้นไป และ อันดับสามที่ราคา 101-300 บาท

3.2 แผนการตลาด



ภาพที่ 3.14 ตาราง Ansoff's Growth Matrix

ที่มา: Ansoff (1957)

จากการประเมินลักษณะธุรกิจ ตามตารางของ Ansoff Model นั้นผลิตภัณฑ์ของ Edutank จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท Product development เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีตลาดเดิมรองรับอยู่แล้ว ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงานที่ต้องการหาความรู้เพิ่มเติม ซึ่งกลยุทธ์ทาง

การตลาด ประเภท Product development นั้น จะต้องสร้างความแตกต่าง และประสบการณ์การรับบริการที่ดีกว่า สินค้าที่มีอยู่ในตลาด เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ผลิตภัณฑ์ของ Edutank ได้

3.3 Positioning Map

แพลตฟอร์ม Edutank เลือกวางตำแหน่งตัวเองให้เป็นจุดศูนย์กลางของคอร์สออนไลน์ที่ครอบคลุมความต้องการของตั้งแต่วัยศึกษาระดับชั้นมัธยมไปจนถึงช่วง 15 ปีแรกของวัยทำงานเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มสามารถเข้าถึงจากทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดย Edutank สามารถใช้งานได้ง่าย (user friendly) มีผู้สอนในทุกรูปแบบตั้งแต่แบบลักษณะเป็นองค์กรเช่น มหาวิทยาลัย ไปจนถึงผู้สอนอิสระ มีคอร์สที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยเน้นไปที่คอร์สเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการและเทคโนโลยี มีความน่าเชื่อถือ เน้นคอร์สที่สอนด้วยภาษาไทย และมีราคาที่เหมาะสมกับค่าครองชีพคนไทย



ภาพที่ 3.15 Positioning Map ของ Edutank และคู่แข่ง

3.4 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด

3.4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ของ Edutank นั้น ได้แก่ แพลตฟอร์ม และคอร์สออนไลน์ โดยแพลตฟอร์มนั้น Edutank จะเน้นให้มีการใช้งานง่ายที่สุด สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความเสถียรสูง ส่วนคอร์สออนไลน์นั้น จะคัดแยกคุณภาพของคอร์สด้วยการจัดลำดับ ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดต่อไปในบทที่ 4 แผนการดำเนินงาน

3.4.2 ราคา (Price)

เนื่องจากคอร์สของ Edutank นั้นมีเป้าหมายอยู่ที่ลูกค้าที่มีฐานอยู่ในประเทศไทยเช่นเดียวกับกลุ่มที่ได้ทำการสำรวจ ดังนั้น ราคาของคอร์สจะอยู่ในช่วง 100-500 บาท โดยคอร์สที่เหมาะสมกับลูกค้าที่อยู่ในวัยมัธยมจะมีราคาที่ถูกกว่า คอร์สที่ออกแบบมาสำหรับวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูงกว่า และคอร์สที่มีลักษณะเป็นความสามารถพิเศษ Skill ที่สำคัญต่อหน้าที่การงานจะมีราคาพรีเมียมอยู่ที่ 700 บาทขึ้นไป

3.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

Edutank จะเข้าถึง 3 ช่องทางใหญ่ตามผลที่ได้จากการสำรวจคือ คอมพิวเตอร์ และ โทรศัพท์มือถือ ดังนั้น Edutank จะถูกส่งไปวางไว้ในร้านค้าออนไลน์ (App store) ของทาง Apple สำหรับ Iphone และ Ipad Googleplay สำหรับมือถือระบบแอนดรอย และ Chrome Web store สำหรับการใช้งานในคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

3.4.4 การส่งเสริมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โปรโมชั่นที่ Edutank จะใช้เพื่อให้ลูกค้ารู้จักแพลตฟอร์มมากขึ้นจะเกี่ยวเนื่องกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ในหัวข้อถัดไป โดยจะให้ส่วนลดหรือทดลองเรียนฟรีสำหรับลูกค้าที่เข้ามาจากช่องทางที่เราโปรโมท และในช่วงที่มีการเตรียมสอบนั้น คอร์สที่เป็นประเภทติวสอบ หรือการสรุปบทเรียนจะลดราคาลง เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

3.5 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด

เนื่องจาก Edutank มีกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ช่วงอายุ ปีเป็นหลัก ดังนั้นช่องทางการสื่อสารทางการตลาด จึงต้องเป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ได้ง่าย โดยมีช่องทางทั้งหมดดังนี้

3.5.1 มหาวิทยาลัย

เนื่องจาก Edutank มีแผนที่จะร่วมมือกับทางมหาวิทยาลัย โดยในระยะเริ่มแรก Edutank จะเป็นแพลตฟอร์มการเรียนทางไกลให้ กับมหาวิทยาลัยเปิดอย่างสุโขทัยธรรมมาธิราช และรามคำแหงฟรี และจะให้สิทธิ์ส่วนลดในการสมัครคอร์สออนไลน์ใน Edutank มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดให้เกิดผู้เรียนเข้ามาในระบบ เมื่อมีความต้องการ (demand) เกิดขึ้น ก็จะสามารถดึงดูดผู้สอนเข้ามาเปิดคอร์สเพื่อ

ตอบสนอง ความต้องการนั้น โดยคอร์สในระยะเริ่มแรกจะเน้นไปที่วิชาเสริมที่ช่วยอธิบายวิชาเรียน หรือติวสอบของมหาวิทยาลัยที่ Edutank ขอความร่วมมืออยู่ก่อนได้

3.5.2 Social Network

นอกจากการลงโฆษณาใน Line Facebook และ Social network และการเปิดเพจ ประชาสัมพันธ์แล้ว Edutank จะดึงวัยรุ่นที่เป็นผู้นำทางด้านการเรียนการสอน เช่น เพจ “เรียนเหอะ อยากรสอน” และ “ลงทุนศาสตร์” เพื่อดึงลูกค้าที่เป็นแฟนเพจเหล่านี้ ตามเข้ามาทดลองใช้แพลตฟอร์ม เพิ่มโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักแพลตฟอร์มมากขึ้น

3.5.3 บูทแนะนำ/ จัดกิจกรรมแนะนำสินค้า

บูทแนะนำสินค้านั้นจะถูกส่งไปยัง ดิจิทัลงานต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ เช่นย่านอโศก เพื่อโปรโมท และแนะนำให้ทดลองดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมาใช้ อีกทั้งบูทแนะนำสินค้านี้จะนำไปวางตามโรงเรียน มัธยมต่างๆ ทั่วประเทศเช่นเดียวกัน รวมไปถึงการจัดกิจกรรมในโรงเรียนเช่น การจัดติวสอบตอนเย็น หรือการให้ส่วนลดการซื้อคอร์สเมื่อใช้บัตรนักเรียนซื้อคอร์สในระบบ



บทที่ 4

แผนการดำเนินงาน

Edutank เป็นธุรกิจที่ดั่งขึ้นมา โดยมีจุดประสงค์เป็นศูนย์กลางของการศึกษาของออนไลน์ของตลาดในประเทศไทย โดยสร้างแพลตฟอร์มขึ้นมาเพื่อให้เป็น สถานที่ที่ผู้สอนสามารถนำคอร์สมาลง และ ผู้เรียนก็สามารถเข้ามาเลือกเรียน ได้ตามต้องการ ซึ่งในปัจจุบันนี้นั้น ธุรกิจประเภทคอร์สออนไลน์ที่เป็นแพลตฟอร์มลักษณะนี้ทั้งหมดยังเป็น ภาษาอังกฤษอยู่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อผู้เรียนในไทยที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก อีกทั้งผู้สอนคอร์สที่ได้รับความนิยมที่อยู่ในแพลตฟอร์มเหล่านั้นโดยมากแล้วจะเป็นผู้สอนที่เป็น native speaker เนื่องจากมาสำเนียงที่คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย จึงถือได้ว่าเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งสำหรับผู้สอนที่เป็นคนไทยและมีสำเนียงภาษาอังกฤษแบบเอเชีย ที่แม้จะมีความสามารถและความเชี่ยวชาญเพียงพอในการสอน แต่ก็ยังยากในการทำให้คอร์สของตัวเองเป็นที่นิยมในแพลตฟอร์มเหล่านั้น ดังนั้น Edutank ที่เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นไปที่คอร์สภาษาไทยนั้น จึงเป็นเวทีที่สำคัญแห่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้สอนเหล่านั้นเข้ามาหารายได้ได้

4.1 รายละเอียดของธุรกิจ

ชื่อกิจการ:	Edutank
ที่ตั้งกิจการ:	ถนนเจริญสุขนิทวงศ์ ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย นนทบุรี ประเทศไทย 11130
รูปแบบการดำเนินการ:	บริษัทจำกัด (Corporation)
เงินลงทุน:	เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ 10,000,000 บาท

4.2 แบบแผนการดำเนินงาน

สำหรับแบบแผนการดำเนินงานของธุรกิจ Edutank นั้น จะประกอบไปด้วยด้วยการเตรียมสองส่วนประกอบหลักที่ทำให้ ธุรกิจประเภทแพลตฟอร์มนั้นประสบความสำเร็จ ได้แก่ แอปพลิเคชัน และ Users โดย Users นั้นจะแบ่งเป็น สองประเภทซึ่งก็คือ ผู้เรียนและผู้สอน

4.2.1 แอปพลิเคชัน

ถ้าเปรียบเทียบ Edutank กับธุรกิจซูปเปอร์มาร์เก็ตนั้น แอปพลิเคชัน ของ Edutank ก็คือ ดิจิทัลของซูปเปอร์มาร์เก็ต ส่วนคอร์สที่อยู่ในแพลตฟอร์มเปรียบเหมือนกับสินค้าที่วางอยู่ในชั้นจัดวาง ซูปเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นที่นิยมในตลาดนั้น มีจุดแข็งอยู่ตรงที่ สามารถเดินทางไปงาน มีประสบการณ์ การใช้งานที่ดี มีบริการที่ดีและมีสินค้าตรงความต้องการ ดังนั้น Edutank ที่มีจุดมุ่งหมายที่จะเป็น แพลตฟอร์มการศึกษาอันดับหนึ่งในประเทศไทย จะต้องมี แอปพลิเคชัน ที่ให้ประสบการณ์การใช้งานแก่ผู้ใช้งานที่ดี สามารถรองรับผู้ใช้งานได้เป็นจำนวนมาก มองความต้องการของผู้ใช้งานออก มีระบบที่สามารถปรับปรุงบริการ ได้อย่างทันทั่วถึง และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

4.2.2 ประสบการณ์การใช้งานของ แอปพลิเคชัน

เนื่องจากคอร์สออนไลน์ที่เป็นสินค้าหลักของ Edutank นั้นอยู่ในสภาพของไฟล์วิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว ดังนั้น แอปพลิเคชันของ Edutank จะต้องสามารถใช้งานเปิดดูภาพเคลื่อนไหว ได้โดยที่ไม่มีสะดุด รวมไปถึงสามารถรองรับผู้ใช้งานได้เป็นจำนวน 300,000 คนพร้อมกัน จุดเด่นของ แอปพลิเคชันนี้คือมีรูปแบบการใช้งานที่สามารถเปิดดูคอร์สได้ภายใน 15 วินาที ภาพเคลื่อนไหวไม่มีสะดุดระหว่างการเรียน แม้จะอยู่ในพื้นที่ที่มี อินเทอร์เน็ตความเร็วไม่สูง และไม่ทำให้ผู้ใช้งานกังวล เรื่องค่าใช้จ่ายของค่าอินเทอร์เน็ตเมื่อถือรายเดือน โดยสร้างฟังก์ชันที่สามารถดาวน์โหลดบทเรียนที่ สมัครไว้โดยอัตโนมัติในเวลาพักผ่อนที่อยู่กับสัญญาณ Wi-Fi ส่งผลให้เวลาที่ผู้เรียนเรียนคอร์สกับ Edutank ในพื้นที่ที่จำเป็นต้องพึ่งอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือสามารถเรียนได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพราะภาพเคลื่อนไหวได้ถูกเก็บไว้ที่โทรศัพท์มือถือหมดแล้ว

สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้แอปพลิเคชันสามารถระบุความต้องการของผู้เรียนในแพลตฟอร์มได้ แม่นยำมากขึ้น คือความสามารถในการเก็บข้อมูลของแอปพลิเคชัน ทันทีที่ผู้ใช้เข้ามาใช้งานในระบบ แอปพลิเคชันจะบันทึกพฤติกรรมการใช้งานทั้งหมด ไม่ว่าจะไประยะเวลาในการดูในแต่ละหน้าเพจ เพื่อให้ทางทีมพัฒนาสามารถสร้างพื้นที่โฆษณาในหน้าที่มีผู้ใช้ใช้เวลาดูมากที่สุด รวมไปถึงบันทึกข้อความ การค้นหาว่า ในแต่ละชั่วโมงนั้น ผู้ใช้ค้นหาคอร์สการเรียนอะไร และราคาเท่าไร โดยสุดท้ายแล้ว ข้อมูลเหล่านี้จะถูกส่งไปให้ผู้สอนที่จ่ายค่าพรีเมียม ช่วยให้ผู้สอนสามารถเตรียมคอร์สการสอนได้ตรงกับ ความต้องการมากที่สุด

สำหรับการทำให้แอปพลิเคชันมีเสถียรภาพนั้น Edutank จะเน้นที่การใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก โดยร่วมมือกับ <http://www.thaimobilecenter.com> เพื่อนำข้อมูลของโทรศัพท์ 20 รุ่น ที่มีผู้สนใจมากที่สุดในไทย มาใช้เป็นรุ่นโทรศัพท์ที่ใช้ทดลองแอปพลิเคชัน

โทรศัพท์มือถือยอดนิยม (Most Popular mobile phone)



รายละเอียดเพิ่มเติม
✓ ราคา 10,900 บาท

1 Samsung Galaxy J7 Pro	
การออกแบบดีไซน์	7.4
คุณสมบัติและฟังก์ชัน	7.4
ประสิทธิภาพและเสถียรภาพ	7.3
ความแข็งแรงทนทาน	7.4
ความคุ้มค่า	7.7
คะแนนรวม (จากผู้เข้าชม)	7.5



รายละเอียดเพิ่มเติม
✓ ราคา 7,990 บาท

2 Nokia 6	
การออกแบบดีไซน์	8.5
คุณสมบัติและฟังก์ชัน	9.1
ประสิทธิภาพและเสถียรภาพ	8.8
ความแข็งแรงทนทาน	8.8
ความคุ้มค่า	9.2
คะแนนรวม (จากผู้เข้าชม)	8.9



3 Samsung Galaxy J7 Core	
การออกแบบดีไซน์	5.0
คุณสมบัติและฟังก์ชัน	5.0
ประสิทธิภาพและเสถียรภาพ	5.0
ความแข็งแรงทนทาน	5.0
ความคุ้มค่า	5.0

ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างข้อมูลของรุ่น โทรศัพท์มือถือที่ผู้ใช้ในประเทศไทยนิยมจาก <http://www.thaimobilecenter.com>

4.2.3 ระบบรักษาคุณภาพของคอร์สการสอน

เนื่องจาก Edutank มีจุดมุ่งหมายที่จะให้บริการคอร์สการเรียนที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการเท่านั้น ซึ่งบุคคลที่เหมาะสมที่สุดในการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับคอร์สการเรียนและผู้สอนคนนั้นๆ ก็คือ ผู้เรียน ผู้สอนที่มีคะแนนความนิยมที่ดีจะสามารถทำให้ผู้เรียนมีความเชื่อถือในการลงเรียนคอร์สของผู้สอนคนนั้นมากขึ้น รวมไปถึงระบบที่สามารถให้ผู้เรียนสามารถแสดงความคิดเห็นได้นั้นจะเปิดโอกาสให้ผู้สอนได้นำความคิดเห็นนั้นๆ มาปรับปรุงคุณภาพการสอนของตนได้ดีขึ้นเรื่อยๆ

4.2.4 ระบบผู้สอน

ผู้สอนในระบบแพลตฟอร์ม Edutank นั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. ผู้สอนที่เป็นสถาบันการศึกษาและ สถาบันติวเตอร์ 2. ผู้สอนอิสระ โดยจะมีแผนดำเนินงานสำหรับผู้สอนในดังนี้

4.2.4.1 ผู้สอนที่เป็นสถาบันการศึกษาระดับและสถาบันติวเตอร์

ในช่วงเริ่มแรกของแพลตฟอร์มนั้น ความน่าเชื่อถือและฐานของผู้เรียนยังไม่มากพอที่ทำให้เกิดความคุ้มค่าต่อ ผู้สอนอิสระ สถาบันการศึกษา และติวเตอร์นั้น ทาง Edutank จะเริ่มเจาะตลาดนำร่องโดยการร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยเปิดที่ผู้เรียนส่วนใหญ่เรียนทางไกล ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดย Edutank จะบรรจุคลาสการเรียน

ของทุกวิชาในมหาวิทยาลัยเหล่านี้ไว้ในแพลตฟอร์ม ผ ข้อแลกเปลี่ยนกับสถาบันที่ขอมนำร่องให้แก่ Edutank คือ ทาง Edutank จะไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ และเป็นแพลตฟอร์มสำหรับชั้นเรียนออนไลน์ได้ฟรี แลกกับฐานผู้เรียนกลุ่มแรกที่จะได้เข้ามา เพราะเมื่อมีฐานลูกค้าเข้ามาแล้ว วิชาเหล่านี้ย่อมต้องการสอบ จะส่งผลให้เกิดความต้องการคอร์สที่เป็นติวสอบขึ้นมา จากนั้น ผู้สอนอิสระจะเริ่มตามเข้ามาในระบบ

สำหรับ มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงและมีบุคลากรที่สามารถสอนวิชาที่ยังไม่มีในมหาวิทยาลัยอื่นนั้น ทาง Edutank ควรจะต้องมีฐานผู้เรียนอย่างน้อย 50,000 รายเสียก่อน เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือมากพอก่อนที่จะเข้าไปติดต่อและเชิญอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเหล่านี้ เข้ามาสอนในระบบ ในส่วนสถาบันที่เป็นตัวเดิร์นนั้น ทาง Edutank ไม่ได้คาดหวังว่าสถาบันเหล่านี้จะเข้ามาร่วมด้วยในช่วง 3 ปีแรก อีกทั้ง Edutank ได้คาดการณ์ว่า บางสถาบันตัวเดิร์นอาจจะเริ่มเปิดคอร์สออนไลน์ในหน้าเวบไซต์ของตัวเอง แต่ลักษณะของการเปิดคอร์สออนไลน์ของแต่ละสถาบันแยกกันไม่ได้รวมกันเป็นหนึ่งเดียวนั้น สุดท้ายแล้วจะไม่สามารถสร้างฐานผู้ใช้ได้มากพอเพราะจำนวนคอร์สก็จะมีแค่เพียงคอร์สของสถาบันตัวเองเท่านั้น ผู้ใช้ก็ไม่สะดวกที่ต้องเปลี่ยนแพลตฟอร์มในทุกวิชาที่จะเรียน และเมื่อถึงจุดที่ Edutank นั้นสามารถสร้างฐานผู้ใช้ในระบบมากกว่าแสนคนได้ ทาง Edutank จะมีอำนาจต่อรองมากพอที่จะเสนอให้สถาบันตัวเดิร์นที่มีชื่อเสียงเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้ Edutank นั้นกลายเป็นระบบที่ผู้ใช้เข้ามาที่แพลตฟอร์มนี้ทีเดียว แล้วสามารถเข้าเรียนได้ทุกสถาบัน

4.2.4.2 ผู้สอนอิสระ

ลักษณะของคอร์สที่ผู้สอนอิสระสอนนั้นจะแตกต่างไปจากผู้สอนที่เป็นสถาบัน ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ผู้สอนอิสระสามารถสร้างคอร์สได้ทุกหัวข้อตามที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นคอร์สติวการบ้านสั้นๆ ที่มีราคาถูกและสามารถดึงดูดให้ผู้ใช้จ่ายเงินได้ง่าย หรือคอร์สที่ช่วยเสริมความสามารถของพนักงาน เช่น คอร์สสอนใช้โปรแกรมออฟฟิศระดับสูง คอร์สอนเทคนิคการพูดในที่ประชุมคอร์สสอนการเทรดหุ้น เป็นต้น

แต่ในช่วงเริ่มแรกนั้น ทาง Edutank จะติดต่อผู้สอนอิสระประเภท การติวบทเรียนสั้นๆ หรือการเตรียมสอบเข้ามัธยมปลายหรือมหาวิทยาลัย มาในระบบ เพื่อให้เสริมกับความต้องการที่เกิดจากนักเรียนจากกลุ่มของผู้สอนที่เป็นสถาบันกลุ่มแรกดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

4.2.5 ระบบจ่ายเงินในแพลตฟอร์ม

เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการจัดการความปลอดภัยในการป้องกันการจรรยาบรรณและการวางนโยบายของ Edutank ช่องทางการชำระเงินของ Edutank จะชำระผ่านทางเครดิตของระบบที่มีชื่อว่า Educoin โดยผู้ใช้สามารถซื้อ Educoin ผ่านทางบัตรเครดิต บัตรเดบิต ตู้กดเงินสดอัตโนมัติ

ทรมันนี้ หรือแม้แต่การตัดเงินผ่านรายการใช้โทรศัพท์มือถือรายเดือนของแต่ละผู้ให้บริการเครือข่าย เมื่อผู้ใช้ชำระเงินซื้อ Educoin แล้วจึงสามารถนำ Educoin ไปซื้อคอร์สการเรียนได้อีกทีหนึ่ง

4.2.6 ระบบการเป็นเจ้าของคอร์ส

Edutank ต้องการให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเพื่อตัวของผู้เรียนเอง ปัญหาที่พบในแพลตฟอร์มการศึกษาของต่างประเทศคือ มีผู้เรียนเป็นส่วนน้อยเท่านั้น ที่เรียนจนจบคอร์ส เนื่องจากการเรียนออนไลน์ ไม่มีอะไรมากดดันเรื่องเวลา เพราะเมื่อซื้อคอร์สแล้วผู้เรียนจะเป็นเจ้าของสิทธิ์ในคอร์สนั้นตลอดชีพ แต่สำหรับ Edutank นั้น เมื่อผู้เรียนซื้อคอร์สออนไลน์แล้ว ผู้เรียนจะมีเวลาทั้งหมด 2160 ชั่วโมงหรือ 90 วันในการเรียนให้จบคอร์สนั้นๆ ถ้าระบบยังตรวจเจอว่า ผู้เรียนยังเรียนไม่จบหลังจาก 90 วัน ระบบจะทำการตัดสิทธิ์การเข้าเรียนคอร์สนั้นๆ โดยอัตโนมัติ ระบบการเป็นเจ้าของคอร์สนี้จะใช้ร่วมกับระบบการคืนคอร์ส เพื่อลดแรงเสียดทานของผู้เรียนที่อาจจะไม่พอใจจากการถูกตัดสิทธิ์

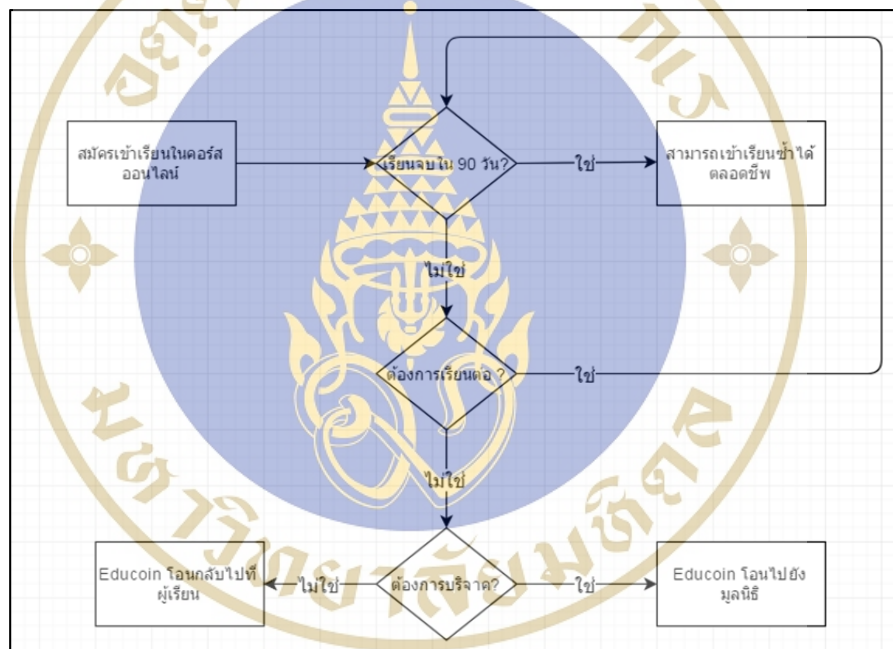
4.2.7 ระบบการคืนคอร์ส

ลักษณะของระบบการบริจาคคอร์สในแพลตฟอร์ม Edutank คือ หลังจากผู้เรียนซื้อคอร์สออนไลน์ไปแล้วระบบตรวจเจอยังเรียนไม่จบ ทุก 30 วันระบบจะส่งข้อความเตือนเพื่อให้ผู้เรียนเข้าเรียน โดยมีทางเลือกว่า จะเก็บคอร์สไว้เพื่อที่จะเรียนให้จบภายในกำหนด หรือว่าไม่มีประสงค์เรียนแล้วต้องการคืนคอร์ส โดยการคืนคอร์สนั้น ผู้เรียนสามารถเลือกที่จะคืนแบบรับเงินคืนหรือไม่รับเงินคืนก็ได้ เงินที่ในการคืนคอร์สนั้นจะคืนในรูปแบบ Educoin ในกรณีที่ไม่มีรับเงินคืนนั้น Educoin ในส่วนนี้จะถูกบริจาคให้มูลนิธิที่ให้ทุนเด็กเรียนดีคือยโภาสอยู่ เพื่อให้เด็กนักเรียนเหล่านั้นนำ Educoin ในส่วนนี้ไปซื้อคอร์สเพื่อเรียนในแพลตฟอร์ม Edutank ต่อไป

เพื่อให้ระบบ Educoin มีสมดุลและมูลค่าไม่เพ้อจากระบบการคืนคอร์ส ทุกครั้งที่มีการคืนคอร์ส มูลค่าเงินที่คืนไปให้ลูกค้าจะถูกนำไปหักกับยอดค่าสอนรวมของผู้สอน 30% หักที่ Edutank 70% ตามสัดส่วนการแบ่งรายได้

ตารางที่ 4.1 แสดงราคาขายคืนคอร์สแปรผันตามจำนวนวันที่เหลือก่อนถึงกำหนด 90 วัน

กำหนดระยะเวลาที่เหลือ (ก่อนถึง 90 วัน)	ราคาขายคืนคอร์ส (%จากราคาเต็ม)
90	40%
75	30%
60	25%
45	20%
30	15%
15	10%
7	5%



ภาพที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์ของระบบการเป็นเจ้าของคอร์สและขายคืนคอร์ส

4.3 ที่มาของรายได้

ที่มาของรายได้ของ Edutank นั้นจะมีทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ 1. รายได้ส่วนแบ่งค่าคอร์ส 2. รายได้จากการขายโฆษณา 3. รายได้จากการขายข้อมูล โดยรายได้ทั้ง 3 ประเภทนั้นมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 รายได้จากส่วนแบ่งคอร์สสอน

รายได้จากส่วนแบ่งคอร์สอนนั้น จะแบ่งกัน โคน ทาง Edutank ได้ 70 % และ ผู้สอนได้ 30 % การจ่ายเงินนั้นจะจ่ายผู้สอนทุก 30 วัน โดยมียอดขั้นต่ำในการจ่ายแต่ละครั้งที่ 1000 บาท กล่าวคือ ผู้สอนต้องมีรายได้ส่วนแบ่งอย่างน้อย 1000 บาท ระบบถึงจะ โอนเงินให้ ในกรณีที่รายได้ยังไม่ถึง 1000 บาท ระบบจะเลื่อนการโอนไปยังรอบจ่ายรอบต่อไป

4.3.2 รายได้จากการขายโฆษณา

รายได้จากส่วนบางโฆษณานั้น เป็นรายได้ประเภทเดียวกับที่ธุรกิจเวปไซด์ทั่วไป โดย รายได้จะคิดจากจำนวนคนที่เห็นโฆษณาในหน้าแอปพลิเคชันนั้นๆ ผู้ที่สามารถลงโฆษณาในแอปพลิเคชัน ได้นั้น ไม่จำเป็นต้องมาจากบริษัทที่ต้องการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว ผู้สอนที่ต้องการจะเพิ่มยอด ผู้เรียนก็สามารถซื้อโฆษณาได้เช่นกัน

4.3.3 รายได้จากการขายข้อมูล

ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นใน 4.2.1 ระบบจะสามารถบันทึกพฤติกรรมของผู้ใช้ทุกอย่าง รวมไปถึงความคิดเห็นในการเรียนของแต่ละผู้สอน หรือคอร์ส ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้ทางการตลาดเพื่อบ่งบอกพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ทาง Edutank จะให้บริการข้อมูลเหล่านี้ให้แก่ผู้ที่มาสมัครขอใช้ข้อมูล โดยจะเก็บรายได้เป็นรายเดือน กลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะสมัครเพื่อขอใช้ข้อมูลนั้น ไม่ได้จำกัดแต่ สำนักงานการตลาดเท่านั้น ทาง Edutank ก็ได้มีฟังก์ชันให้ทางผู้สามารถนำไปใช้ได้ เช่นเดียวกัน โดยคิดค่าบริการทั้งในรูปแบบหักจากรายได้ส่วนแบ่งค่าสอนคอร์ส หรือหักจาก Educoin ของผู้สอน

4.4 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการในการเตรียมตัว

ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการในการเตรียมตัวในการออกตลาดครั้งแรกของ Edutank นั้นเป็นไปดังตาราง 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการในการออกตลาดครั้งแรก

ลำดับ	รายการดำเนินการ	ระยะเวลา (เดือน)	วันที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	ศึกษาข้อมูล วางแผนการสร้างแอปพลิเคชัน	2	30 กันยายน 2560
2	ระดมเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	1	31 ตุลาคม 2560
3	พัฒนาแอปพลิเคชัน	6	31 มีนาคม 2561
4	ดำเนินงานตามแผนการตลาดเพื่อให้ผู้คนรู้จัก ก่อนจะวางตลาด	2	31 พฤษภาคม 2561
5	วางแอปพลิเคชันลงสู่ตลาดครั้งแรก	1	31 กรกฎาคม 2561

บทที่ 5

การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

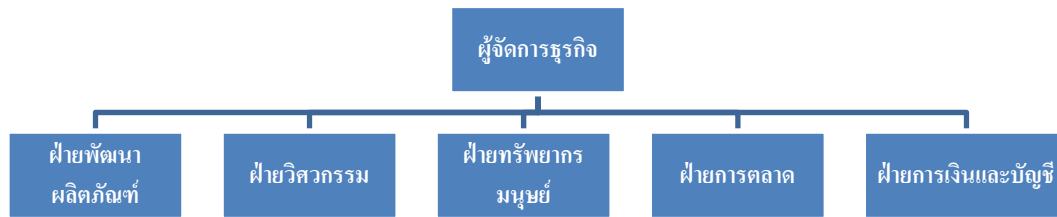
Edutank ใช้การจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เอดูแท็งก์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้นจำนวน 9,000,000 บาท โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 3 คน ทั้งนี้ แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้อถือหุ้นจำนวน 30,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน ลงทุน 3,000,000 บาท โดยสัดส่วนเงินลงทุนส่วนของเจ้าของ 1,500,000 บาท หุ้นส่วน 1,500,000 บาท และกู้ยืมจากธนาคาร 6,000,000 บาท และมีสัดส่วนของการถือหุ้น ดังตารางที่ 5.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงโครงสร้างผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นายฐกรณัพล แคล้วโยธาธิชัย	15,000	1,500,000
2	นางวรัญญ์นิตา แคล้วโยธาธิชัย	7,500	750,000
3	นายปพนพัชร แคล้วโยธาธิชัย	7,500	750,000

5.2 แผนผังองค์กร

เนื่องจาก Edutank เป็นธุรกิจในระยะเริ่มต้น ยังมีขนาดองค์กรที่ยังเล็ก อีกทั้งระบบแพลตฟอร์มซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่สร้างรายได้หลักให้กับบริษัทนั้นจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น Edutank ต้องการแผนผังองค์กรที่มีความคล่องตัวสูง และทำการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น Flat Organization Structure จึงเป็นแผนผังองค์กรที่เหมาะสมกับความต้องการที่สุด



ภาพที่ 5.1 แผนผังองค์กรของธุรกิจ Edutank

Edutank ประกอบไปด้วยบุคลากรหลัก 7 ราย ซึ่งเป็นทั้งผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร ของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ผู้จัดการธุรกิจ
2. ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. ฝ่ายวิศวกรรม
4. ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
5. ฝ่ายการตลาด
6. ฝ่ายการเงินและบัญชี

5.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ(Job Description)

การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นหนึ่งในสิ่งที่สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไปในทิศทางที่ต้องการ รวมไปถึงสามารถจัดการให้บริษัทสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5.3.1 ผู้จัดการธุรกิจ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- รับผิดชอบการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดจากผู้ถือหุ้น และมีหน้าที่ ในการกำหนดยุทธศาสตร์ดำเนินงานเพื่อให้ฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิตภัณฑ์ ฝ่ายวิศวกรรม และ ฝ่ายการเงิน สามารถทำงานสัมพันธ์กัน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แพลตฟอร์มที่มีความเสถียร และตรงความต้องการของลูกค้า ระบบรวมทั้งควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจ สามารถทำสรุปผลการดำเนินงานรายงานให้แก่ผู้ถือหุ้น เพื่อบอกความเป็นไปของธุรกิจได้

5.3.2 ฝ่ายการตลาด

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการ
- วางแผนการวางกลยุทธ์ด้านการตลาดระยะยาวของธุรกิจ
- ติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- สามารถนำข้อมูลที่ได้จากทั้งภายนอก ข้อมูลการใช้งานของลูกค้าในระบบ รวมไปถึง

ถึงนำความคิดเห็นจากการใช้งานของลูกค้าจากทั้งใน Apple store และ Google Play มาวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการจัดการส่งเสริม การขาย (Promotion) หรือ สรุปความคิดเห็นของลูกค้ากลับไปยัง ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และฝ่ายวิศวกรรม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

- การติดตามยอดขายให้เป็นไปตามที่ประเมินหรือคาดการณ์
- ประสานงานกับสื่อต่างๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินเป็นตามแผนงาน

5.3.3 ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- การคัดสรร และสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละแผนก
- การกำหนดนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- กำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติในการดำเนินงานของบริษัทให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก
- วางนโยบายที่สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท
- จัดการเพื่อให้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

5.3.4 ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

• พัฒนาสินค้าซึ่งในที่นี้คือระบบแพลตฟอร์มการศึกษาให้มีลักษณะการใช้งานตรงกับจุดประสงค์ที่วางไว้

• ประสานงานรับข้อเสนอแนะของลูกค้าผ่านทางฝ่ายการตลาดแล้วนำมาข้อเสนอแนะมาปรับปรุงระบบ

- จัดสรรงบประมาณที่ได้นำมาพัฒนาระบบในส่วนที่มีความคุ้มค่าทางธุรกิจมากที่สุด
- พัฒนาสินค้าหรือ ลักษณะแบบใหม่ของระบบเพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
- สร้างคู่มือการใช้งานและการแก้ไขปัญหาของระบบ (Troubleshoot guide) เพื่อ

ประสานงานให้ฝ่ายวิศวกรใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการดูแลระบบ

5.3.5 ฝ่ายวิศวกรรม

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ดูแลระบบไฟฟ้าและระบบของห้องเซิร์ฟเวอร์
- ดูแลระบบการจัดเก็บข้อมูลและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล
- ทดลองและให้ข้อเสนอแนะผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ก่อนส่งผลิตภัณฑ์เข้าตลาด
- ดูแลและรักษาระบบให้มีความเสถียรภาพตลอดเวลา
- รับผิดชอบเรื่องการซ่อมบำรุงของระบบ

5.3.6 ฝ่ายบัญชีและการเงิน

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- รับผิดชอบเรื่องการแบ่งจ่ายค่าสอนให้แก่ผู้สอนในแต่ละระบบ
- ดูแลบัญชีและการเงินให้ดำเนินไปตามนโยบายหลักที่วางไว้
- วิเคราะห์และควบคุมอัตราส่วนทางการเงินให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้
- วิเคราะห์และควบคุมงบประมาณการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาระบบ และ

การตลาด

5.4 การวางแผนกำลังคนการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

เวลาทำการของบริษัทจะเริ่มตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 9:00 ถึง 18:00 น. ยกเว้นแผนกวิศวกรรมที่จำเป็นต้องดูแลระบบจำเป็นต้องมีคนทำงาน 24 ชม. ทุกวัน โดยจะแบ่งทำงานเป็นกะ โดยมีรายละเอียดการวางแผนกำลังคนและค่าตอบแทนตามตาราง 5.2 และ 5.3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 แสดงการวางแผนจำนวนการจ้างงานของพนักงาน

ตำแหน่ง	อัตราจ้าง				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการธุรกิจ	1	1	1	1	1
ฝ่ายการเงินและบัญชี	2	2	2	2	2
ฝ่ายการตลาด	2	2	2	2	2
ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	2	2	2	2	2
ฝ่ายวิศวกรรม	2	2	2	2	2
ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	1	1	1	1	1
รวม	11	12	15	16	16

ตารางที่ 5.3 แสดงอัตราเงินเดือนการจ้างงาน

ลำดับ	ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)
1	ผู้จัดการธุรกิจ	1	40,000
2	หัวหน้าการเงินและบัญชี	1	20,000
3	พนักงานการเงินและบัญชี	1	12,000
4	หัวหน้าฝ่ายการตลาด	1	20,000
5	พนักงานฝ่ายการตลาด	1	12,000
6	หัวหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	30,000
7	พนักงานพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	15,000
8	หัวหน้าฝ่ายวิศวกรรม	1	30,000
9	พนักงานฝ่ายวิศวกรรม	1	15,000
10	หัวหน้าฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	1	20,000
รวมทั้งสิ้น		1	214,000

5.5 การฝึกอบรมของพนักงาน

การฝึกอบรมของพนักงานมีเพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในตัวบริษัทและมีเข้ากับลักษณะของตำแหน่งของแต่ละคน เมื่อทุกคนเข้ามาทำงานครั้งแรก จำเป็นจะต้องเข้าอบรมคอร์สที่สร้างความเข้าใจวิสัยทัศน์ของบริษัท จากทุกคนจะได้อบรมเกี่ยวกับแพลตฟอร์มการศึกษาของบริษัท ในส่วนของทางฝ่ายวิศวกรรมและฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น หัวหน้าของทั้งสองฝ่ายนี้จะออกแบบคอร์สที่พนักงานเข้าอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถของแต่ละแผนกเพื่อให้เหมาะสมของโปรเจกที่กำลังดำเนินงานอยู่ หรือเพื่อขยายความรู้รองรับการพัฒนา การดูแลโปรเจกที่กำลังจะเริ่มในไตรมาสต่อไป

บทที่ 6 แผนการเงิน

6.1 ขนาดของเงินลงทุน แหล่งเงินทุน และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง

Edutank ใช้การจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด โดยใช้ชื่อว่า บริษัท เอดูแท็งค์ จำกัด มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้นจำนวน 9,000,000 บาท โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 3 คน ทั้งนี้ แหล่งที่มาของเงินทุนมาจากส่วนของผู้อื้อหุ้นจำนวน 30,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน ลงทุน 3,000,000 บาท โดยสัดส่วนเงินลงทุนส่วนของเจ้าของ 1,500,000 บาท หุ้นส่วน 1,500,000 บาท และกู้ยืมจากธนาคาร 6,000,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจเลือกที่จะลงทุนไปในสินทรัพย์ที่จำเป็นต้องใช้ในธุรกิจหลักซึ่งก็คือ การสร้างระบบแพลตฟอร์ม ดังนั้น กว่า 90% ของสินทรัพย์ถาวรจะเป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับไอที โดยแหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุนแสดง รายละเอียดตามตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้นกิจการ (ณ ปีที่ 0)

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	ราคา (บาท)
ค่าเครื่องใช้ไฟฟ้า	837,000
ค่าเครื่องใช้ในออฟฟิศ	72,600
รวมทรัพย์สินถาวรทั้งหมด	909,600
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	820,000
เงินทุนหมุนเวียน	7,270,400
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	9,000,000

ตารางที่ 6.2 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการเสื่อมราคา

รายละเอียดเงินลงทุน			
รายการ	ราคา (บาท)	อายุใช้งาน	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)
ค่าเครื่องใช้ไฟฟ้า	837,000		119,571
คอมพิวเตอร์พนักงานออฟฟิศทั่วไป (6 เครื่อง)	125,000	7	17,857
คอมพิวเตอร์สำหรับทีมพัฒนาและวิศวกร(5 เครื่อง)	350,000	7	50,000
คอมพิวเตอร์เครื่องเซิร์ฟเวอร์	250,000	7	35,714
โปรเจคเตอร์	12,000	7	1,714
ระบบสำรองไฟของออฟฟิศ	100,000	7	14,286
ค่าอุปกรณ์ในออฟฟิศ	72,600		14,520
ชุดโต๊ะทำงานของพนักงานในออฟฟิศ	44,000	5	8,800
ชุดโต๊ะประชุม	25,000	5	5,000
โทรศัพท์ออฟฟิศ	3,600	5	720
รวมทรัพย์สินถาวรทั้งหมด	909,600		

ตารางที่ 6.3 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี

รายการ	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเครื่องใช้ไฟฟ้า	119,571	119,571	119,571	119,571	119,571
ค่าอุปกรณ์ในออฟฟิศ	14,520	14,520	14,520	14,520	14,520
รวมค่าเสื่อมราคาทั้งสิ้น	134,091	134,091	134,091	134,091	134,091

ตารางที่ 6.4 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่ามัดจำสำหรับเช่าออฟฟิศ	120,000
ค่าทำแอปพลิเคชัน สำหรับ Andriod และ IOS เว็บไซต์	
ค่าเช่าคลาวด์เซิร์ฟเวอร์ (AWS) แบบวิธสำหรับวิดีโอสตรีมมิ่ง (รายปี)	300,000
ค่าพัฒนา แอปพลิเคชัน ในแพลตฟอร์ม Andriod, IOS	200,000
ค่าทำเว็บไซต์	
บริการเว็บโฮสติ้ง (Amazon) (รายปี)	4,000
ค่าจดทะเบียนDomain Name (รายปี)	1000
ค่าพัฒนาเว็บไซต์	70,000
ค่าจ้างพัฒนาSEO	20,000

ตารางที่ 6.4 แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ (ต่อ)

รายละเอียดเงินลงทุน	
รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าทำกิจกรรมการตลาด	
ใบปลิวและโปสเตอร์	5,000
ค่าลงโฆษณาใน Facebook และสื่อ social network	50,000
กิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ	50,000
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	820,000

6.2 โครงสร้างเงินทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตามการประมาณการโครงการลงทุนในธุรกิจ Edutank พบว่า ธุรกิจมีความ ต้องการเงินทุนรวม 9,000,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของทั้งหมด โดยมีรายละเอียดโครงสร้าง ผู้ถือหุ้น แสดงในตารางที่ 6.5 ดังนี้

ตารางที่ 6.5 แสดงโครงสร้างสัดส่วนผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าการลงทุน (บาท)
1	นายสุกรณ์พล แคล้วโยธาธิชัย	15,000	1,500,000
2	นางวรัญญาณีดา แคล้วโยธาธิชัย	7,500	750,000
3	นายพนพพัชร แคล้วโยธาธิชัย	7,500	750,000

เนื่องจากสินค้าของธุรกิจเป็นประเภทซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นสินค้าไม่มีตัวตน ต้นทุนการดำเนินงานจะแปรผันตามจำนวนฐานลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการระบบ ซึ่งคลาวด์เซิร์ฟเวอร์ (AWS) แบบ วิชสำหรับวิดีโอสตรีมมิ่งที่เข้าไว้นั้นสามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ในจำนวน 200,000 คน ซึ่งเป็นเป้าหมาย ที่วางเอาไว้ในระยะ 5 ปีแรก ดังนั้น ค่าเช่าคลาวด์เซิร์ฟเวอร์จึงมีค่าคงที่ใน 5 ปีแรกดังตารางที่ 6.6 โดย จะเห็นว่า ค่าเช่าออฟฟิศก็คงที่เช่นเดียวกันเนื่องจากทำสัญญาเช่าคงที่ไว้ที่ 5 ปี

ตารางที่ 6.6 แสดงต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน

ต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน	จำนวนเงิน(บาท)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าคลาวด์เซิร์ฟเวอร์ (AWS) แบบวีรสำหรับวิดีโอสตรีมมิ่ง (รายปี)	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าพัฒนา แอปพลิเคชัน ในแพลตฟอร์ม Andriod, IOS	300,000	150,000	150,000	150,000	150,000
บริการเว็บโฮสติ้ง (Amazon) (รายปี)	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าจดทะเบียนDomain Name (รายปี)	1000	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าพัฒนาเว็บไซต์	70,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าจ้างพัฒนาSEO	20,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าลงโฆษณาใน Facebook และสื่อ social network	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าไฟฟ้า/ ค่าน้ำประปา (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
ค่าเช่าสถานที่ (ออฟฟิศ/ สัญญาคงที่ 5 ปี)	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวมต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน	1,185,000	978,000	981,150	984,458	987,930

ตารางที่ 6.7 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน

ลำดับ	ตำแหน่ง	เงินเดือน(บาท)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	ผู้จัดการธุรกิจ	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
2	หัวหน้าการเงินและบัญชี	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
3	พนักงานการเงินและบัญชี	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000
4	หัวหน้าฝ่ายการตลาด	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
5	พนักงานฝ่ายการตลาด	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000
6	หัวหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
7	พนักงานพัฒนาผลิตภัณฑ์	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
8	หัวหน้าฝ่ายวิศวกรรม	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
9	พนักงานฝ่ายวิศวกรรม	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
10	หัวหน้าฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวมทั้งสิ้น		2,568,000	2,568,000	2,568,000	2,568,000	2,568,000

ตารางที่ 6.8 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการค่าใช้จ่าย (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ค่าธรรมเนียมการจัดตั้งบริษัท	5,000	-	-	-	-
ค่าตรวจสอบบัญชี	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าเบ็ดเตล็ด	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมค่าใช้จ่าย	120,000	115,000	115,000	115,000	115,000

6.3 ประมวลผลการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

จากการประมวลผลการงบกำไรขาดทุนของธุรกิจ พบว่าธุรกิจมีกำไรตั้งแต่นั้นปีแรกของการดำเนินกิจการ โดยคาดว่าจะสามารถทำยอดขายเป็นจำนวนเงิน 2,000,000 บาท และขาดทุนในปีแรก -2,543,241 บาท จากนั้นธุรกิจจะเริ่มทำกำไรในปีที่ 3 เป็นต้นไป

ตารางที่ 6.9 แสดงประมวลผลการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,000,000	5,250,000	8,500,000	11,900,000	14,400,000
ต้นทุนขาย					
ส่วนแบ่งแก่ผู้สอน	900,000	1,575,000	2,550,000	3,570,000	4,320,000
ต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน	1,185,000	978,000	981,150	984,458	987,930
เงินเดือนพนักงาน	2,568,000	2,568,000	2,568,000	2,568,000	2,568,000
รวมต้นทุนขาย	4,653,000	5,121,000	6,099,150	7,122,458	7,875,930
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	120,000	115,000	115,000	115,000	115,000
ค่าเสื่อมราคาในการขาย	134,091	134,091	134,091	134,091	134,091
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	254,091	249,091	249,091	249,091	249,091
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	-1,907,091	-120,091	2,151,759	4,528,451	6,274,979
ชำระหนี้สินระยะยาว	0	400,000	400,000	400,000	400,000
ดอกเบี้ย	300,000	280,000	260,000	240,000	220,000
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	-2,207,091	-800,091	1,491,759	3,888,451	5,654,979
ภาษีเงินได้	0	0	447,528	1,166,535	1,696,494
กำไรสุทธิ	-2,207,091	-800,091	1,044,231	2,721,915	3,958,485

โดยเจ้าของธุรกิจคาดการณ์ว่ายอดขายจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในทุกปี โดยยอดขายที่โตขึ้น มีปัจจัยหลักมาจากที่มีจำนวนผู้สมัครเข้ามาเรียนมากขึ้น และผู้เรียนยอมจ่ายต่อปีมากขึ้น

6.4 ประมาณการงบดุล (Balance Sheet)

จากตาราง 6.10 จะพบว่า ธุรกิจมีสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนมากขึ้นเรื่อยๆ ในทุกไตรมาสตลอดช่วง 5 ปีแรก เนื่องจากปริมาณกระแสเงินสดรับที่ได้จากผลการดำเนินงานและสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนมีต้นทุนไม่ สูงนัก ซึ่งตัวเลขนี้แสดงถึงสภาพคล่องที่ดีของธุรกิจ

ตารางที่ 6.10 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	6,017,400	4,951,400	6,464,722	10,292,729	15,553,306
ลูกหนี้การค้า					
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,017,400	4,951,400	6,464,722	10,292,729	15,553,306
สินทรัพย์ถาวร					
เครื่องใช้ไฟฟ้า	837,000	717,429	597,857	478,286	358,714
อุปกรณ์ในออฟฟิศ	72,600	58,080	43,560	29,040	14,520
รวมสินทรัพย์ถาวร	909,600	775,509	641,417	507,326	373,234
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	134,091	134,091	134,091	134,091	134,091
รวมทรัพย์สิน	6,792,909	5,592,817	6,972,048	10,665,964	15,792,449
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	6,000,000	5,600,000	5,200,000	4,800,000	4,400,000
รวมหนี้สิน	0	0	0	0	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
เงินลงทุน	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กำไรสะสม	-2,207,091	-3,007,183	-1,227,952	2,865,964	8,392,449
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	792,909	-7,183	1,772,048	5,865,964	11,392,449
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,792,909	5,592,817	6,972,048	10,665,964	15,792,449

6.5 ประมาณการงบกระแสเงินสด (Statement of Cash flow)

ตารางที่ 6.11 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน	-	-	-	-	-	-
เงินลงทุน	3,000,000	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืม	6,000,000	-	-	-	-	-
ยอดขาย	-	3,000,000	5,250,000	8,500,000	11,900,000	14,400,000
รวมแหล่งที่มา (ก.)	9,000,000	3,000,000	5,250,000	8,500,000	11,900,000	14,400,000
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน	-	-	-	-	-	-
เงินลงทุนในทรัพย์สินถาวร	-	909,600	-	-	-	-
ต้นทุนขายไม่รวมค่าเสื่อม	-	4,653,000	5,121,000	6,099,150	7,122,458	7,875,930
ค่าใช้จ่ายในการขายไม่รวมค่าเสื่อม	-	120,000	115,000	115,000	115,000	115,000
ภาษีเงินได้	-	0	0	447,528	1,166,535	1,696,494
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	0	5,682,600	5,236,000	6,661,678	8,403,993	9,687,424
เงินสดคงเหลือ-ต้นงวด	-	0	-2,682,600	-2,668,600	-830,278	2,665,729
เงินสดคงเหลือสุทธิ ระหว่างงวด (ก.-ข.)	-	-2,682,600	14,000	1,838,322	3,496,007	4,712,576
เงินสดคงเหลือ-ปลายงวด	0	-2,682,600	-2,668,600	-830,278	2,665,729	7,378,306

จากงบกระแสเงินสดในตารางที่ 6.11 จะพบว่า เงินสดจากการดำเนินงานนั้นติดลบในสามปีแรกที่อยู่ในช่วงสร้างฐานลูกค้าเท่านั้น หลังจากปีที่ 4 จนถึงปีที่ 5 เงินสดจะกลับมาเป็นบวก เนื่องจากไม่ได้มีการลงทุนขยายกิจการ อีกนั้นทุนตั้งต้นนั้นมากพอที่จะทำให้ธุรกิจมีสภาพคล่องพอไม่จำเป็นต้องหาแหล่งกู้ยืมเงินระยะสั้น

6.6 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis)

ตารางที่ 6.12 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย	-73.57%	-15.24%	17.79%	27.85%	31.40%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-32.49%	-14.31%	25.52%	38.38%	34.99%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-278.35%	-11138.90%	100.41%	69.79%	48.51%

จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินในตาราง 6.12 จะพบว่าเงินที่ลงทุนไปจากเจ้าของมีประสิทธิภาพในการทำให้สินทรัพย์ผลิตผลตอบแทนกลับมาให้เจ้าของได้ตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไป สาเหตุที่ ROE ในปีที่ 4 และ 5 มีค่าลดลง ในขณะที่ ROA มีค่าเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีกำไรสะสมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นมีมูลค่ามากขึ้น

6.7 การคำนวณมูลค่าสุทธิและผลตอบแทนของการลงทุน

1. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

ตารางที่ 6.13 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	-9,000,000	-2,207,091	-800,091	1,044,231	2,721,915	3,958,485
ค่าเสื่อมราคา		134,091	134,091	134,091	134,091	134,091
กระแสเงินสดสุทธิ		-2,073,000	-666,000	1,178,322	2,856,007	4,092,576
IRR	42.87%					

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

ตารางที่ 6.14 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value: NPV)

	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ	0	-2,682,600	14,000	1,838,322	3,496,007	4,712,576
PV of NCF	0	-2,554,857	12,698	1,588,012	2,876,173	3,692,427
กระแสเงินสดคิดลดสุทธิ	5,614,454					

บทที่ 7

การจัดการความเสี่ยง และแนวทางรองรับความเสี่ยง

เนื่องจากธุรกิจแพลตฟอร์มการศึกษานั้นยังไม่เคยมีมาก่อนในประเทศไทย ที่มีอยู่ก็จะ เป็นระบบออนไลน์ของสถาบันต่างๆ เองที่ไม่ได้อนุญาตให้บุคคลภายนอกมาเปิดคอร์สในแพลตฟอร์ม ดังนั้นการคาดการณ์ปฏิกิริยาและความต้องการของลูกค้ายังเป็นการประเมินจากผลการสำรวจเป็นหลัก จนกว่าที่จะมีฐานผู้ใช้เข้ามาและได้รับรู้ข้อมูลของผู้ใช้ระบบจริงๆ ดังนั้นการประเมินความเสี่ยงจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ Edutank สามารถจัดเตรียมกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ยืดหยุ่นมากและรับมือกับความเสี่ยงที่ประเมินไว้ว่าจะเกิดขึ้นได้ โดยการประเมินความเสี่ยง Risk Management นั้น จะมีการประเมินทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

ความเสี่ยงด้านการตลาดที่คาดการณ์ไว้เกิดขึ้นได้ทั้งสองกรณีคือ จำนวนผู้เรียนและผู้สอน ที่เข้ามาใช้บริการระบบ Edutank ทั้งต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งอาจเกิดได้ 2 กรณี

7.1.1 เนื่องจากธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังขาด Brand Awareness จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ Edutank ใช้สร้าง Brand Awareness ในปีแรกคือ การใช้งานและมีการบอกแบบปากต่อปาก และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดังนั้นทาง Edutank จะทำการสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้เพื่อหาสาเหตุของการไม่บอกต่อ จากนั้นจะจ้างบล็อกเกอร์ทางไอทีเพื่อทำกระทู้ในเวปไซต์ที่เป็นที่นิยม และบทความรีวิวแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้คุ้นเคยกับการใช้งานมากขึ้น

7.1.2 เนื่องจากคอร์สยังไม่ตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การทบทวนการตั้งราคาใหม่ และชนิดของคอร์สที่มีในระบบ เพื่อดูว่ายังตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ โดยดึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ในระบบเข้ามาดูว่า มีการค้นหาคอร์สอะไร

มากที่สุดแล้วทาง Edutank มีคอร์สเพื่อรองรับความต้องการนี้แต่ไหน ถ้าเกิดในกรณีที่คอร์สประเภทนั้นๆ ขาดแคลนผู้สอน Edutank จะทำการจ้างผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงเข้ามาสอนคอร์สเหล่านั้น โดย Edutank จะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการสร้างคอร์ส และคิดราคากับผู้เรียนในราคาพิเศษ เพื่อกระตุ้นยอดผู้ใช้ในระบบ

7.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง Liquidity (Risk)

สิ่งที่ทำให้สภาพคล่องของ Edutank มีปัญหานั้นคือค่าใช้จ่ายค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์ที่ผู้รองรับระบบ ซึ่งจะแปรผันไปตามขนาดของผู้ใช้ที่เข้ามาในระบบในกรณีที่ผู้ใช้งานระบบสูงกว่าที่คาดการณ์เป็นจำนวนมาก อาจทำให้ระบบที่เช่าไว้มีขนาดไม่เพียงพอที่จะรองรับกับจำนวนผู้ใช้ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงกว่าที่คาดการณ์ Edutank จะทำการต่อรองกับทาง AWS ขอซื้อแพคเกจความจุที่มากขึ้น โดยการขอจ่ายปลายปี (Post paid) ซึ่งแม้จะทำให้ราคาเช่าความจุของเซิร์ฟเวอร์แพงขึ้นในบัญชีของปีถัดไป แต่วิธีการนี้จะช่วยรักษาสภาพคล่องของเงินสดในปีนั้นไว้ได้ ทำให้ Edutank ยังมีงบประมาณและเวลาที่ทำแผนการตลาดที่สามารถหารายได้มาชดเชยกับค่าเช่าที่สูงขึ้นมา

7.3 ความเสี่ยงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Risk)

ในกรณีที่คอร์สที่มีคะแนนความนิยมที่ไม่สูงเป็นจำนวนมากในระบบ และมีผู้สอนที่ไม่มีคุณภาพมากเกินไป Edutank จะทำการขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาที่อยู่ในระบบของ Edutank เพื่อนำอาจารย์ที่อยู่ในสังกัดมาเพิ่มคอร์สการเรียนการสอนที่มีมาตรฐานมากขึ้น และเขียนระบบการจัดการของแอปพลิเคชันให้เสนอคอร์สที่มีคะแนนนิยมสูงกว่าขึ้นมาให้ผู้ใช้เห็นก่อน เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ใช้เข้าเรียนคอร์สที่มีคุณภาพสูงกว่า

7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ Operation (Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการที่คาดการณ์ไว้มีดังนี้

7.4.1 พนักงานไม่เพียงพอกับขนาดของธุรกิจ

ปัญหาพนักงานมีไม่เพียงพอต่อขนาดธุรกิจนั้นจะส่งผลให้ทีมงานไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทัน แนวทางในการแก้ไขปัญหานี้คือ จัดการประชุมกับฝ่ายต่างๆ ขึ้น เพื่อ

จัดเรียงความสำคัญของลำดับงานต่างๆ ลำดับงานใดที่ไม่ได้เกี่ยวกับ core business และไม่จำเป็นต้องใช้ความสามารถในการวิเคราะห์ที่สูง จะนำไปให้เอาต์ซอสทำชั่วคราว

7.4.2 การจําการกรมการเงินอิเล็กทรอนิกส์

เนื่องจาก Edutank ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านป้องกันการจําการกรมทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้น Edutank จึงออกแบบให้ใช้ Educoin ซื้อคอร์สในระบบแทน จะไม่มีการจ่ายเงินซื้อคอร์สโดยตรง ซึ่ง Educoin นั้นมีค่าแค่ในระบบของ Edutank เท่านั้นจึงไม่มีแรงจูงใจในการเกิดจําการกรม โดยขั้นตอนระหว่างการใช้ Educoin นั้น ทางผู้ให้บริการการเงิน เช่น VISA , Paypal จะเป็นผู้รับผิดชอบความปลอดภัยเอง

7.4.3 คอร์สที่เปิดโดยผู้สอนหน้าใหม่ หรือไม่มีรีวิว ไม่สามารถดึงดูดคนเข้ามาเรียน

แนวทางในการแก้ไขปัญหานี้คือ ในกรณีที่ผู้สอนหน้าใหม่เข้ามาในระบบ ในตอนที่อัปโหลดคอร์สเข้าระบบจะมี ตัวเลือกให้ผู้สอนเลือกคือ จะยอมให้มีการเข้าเรียนฟรี 100 50 หรือ 20 คนแรกหรือไม่ เพื่อให้เกิดการดึงดูดคนเข้ามาเรียน และมีการรีวิวเกิดขึ้น จะช่วยให้คนมีความรู้สึกเชื่อถือ และมีคนเข้ามาเรียนมากขึ้น อีกทางหนึ่งก็คือ ผู้สอนสามารถซื้อโฆษณาได้ ช่วยให้คนมองเห็นคอร์สนั้นๆ มากขึ้น

7.4.4 คอร์สที่อยู่ในระบบนั้น ละเมิดลิขสิทธิ์มาจากที่อื่น

ในช่วงปีแรก แนวทางในการแก้ไขปัญหา คือ ผู้สอนมีการกดตกลงยอมรับก่อนสร้างคอร์สว่า ถ้าคอร์สนี้มาการละเมิดลิขสิทธิ์มาจากที่อื่น การฟ้องร้องจะเกิดขึ้น โดยตรงระหว่างเจ้าของลิขสิทธิ์และผู้สอนเท่านั้น โดย Edutank จะเป็นพยานให้กับทางเจ้าของลิขสิทธิ์ และช่วยเหลือข้อมูลทั้งหมดให้เจ้าของลิขสิทธิ์ รวมไปถึง Edutank จะแบนผู้สอนคนนั้น ตลอดชีพ

ในระยะยาวนั้น Edutank จะพัฒนาระบบ Deep learning ขึ้นมาเพื่อให้มีความสามารถในการตรวจสอบการคัดลอกมาจากที่อื่นได้ด้วยตัวของระบบเอง

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (ม.ป.ป.). *ไอเดียการหาสินค้ามาขาย*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.dbdmart.com/learning/default/lesson/id/17>
- เกรแฮม. เบนจามิน. (2553). *ดิ อินเทลลิเจนท์ อินเวสเตอร์ (ปรับปรุงใหม่)*. นนทบุรี: วิสคอมเวิร์คเพรส.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). *หลักการตลาด (Principles of Marketing)*. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.
- ปีเตอร์ ทิล. (2557). *จาก 0 เป็น 1*. กรุงเทพฯ: บริษัท วิลิรัน จำกัด.
- พรรณภา ชูณิมิตรกุล. (2548). *การเงินธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แพลตฟอร์มคอร์สการศึกษาออนไลน์คอร์สเอร์รา. (2560). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.coursera.org>.
- แพลตฟอร์มคอร์สการศึกษาออนไลน์ูดาซิตี. (2560). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.udacity.com>.
- แพลตฟอร์มคอร์สการศึกษาออนไลน์ูเดอมิ. (2560). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.udemy.com>.
- สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (2559). *DAAT เผยข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-internet/>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *จำนวนนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries06.html>
- ออนไลน์คอร์สรีพอร์ท. (2560). *State of the MOOC 2016: A Year of Massive Landscape Change For Massive Open Online Courses* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.onlinecourserreport.com/state-of-the-mooc-2016-a-year-of-massive-landscape-change-for-massive-open-online-courses/>
- อิริค.ลี. (2554). *เดอะ สีน สตาร์ทอัพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท วิลิรัน จำกัด.
- ฮาซาชิ อทสึมุ. (2251). *ร้านไหนกำไรมากกว่า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.



ภาคผนวก ก

แบบคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา Thematic Paper วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดลโดยผู้จัดทำมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาลักษณะการเลือกซื้อสินค้าประเภทคอร์สการศึกษออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จะเก็บเป็นความลับและจะไม่นำข้อมูลที่ท่านให้ไปก่อให้เกิดความเสียหายใดๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำอธิบาย:

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม	ตัวเลือก
เพศ	1. ชาย 2. หญิง
อายุ	1. 15-19 ปี 2. 20 – 25 ปี 3. 26 – 30 ปี 4. 31 – 35 ปี 5. 36 – 40 ปี 6. 41 – 50 ปี 7. 51 – 55 ปี 8. 56 – 60 ปี 9. 60 ปีขึ้นไป
สถานภาพสมรส	1. โสด 2. สมรส
อาชีพ	1. นักเรียน/นักศึกษา 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ 5. อาชีพอิสระ (Freelance)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1. ต่ำกว่า 20,000 บาท 2. 20,001-30,000 บาท 3. 30,001-40,000 บาท 4. 40,001-50,000 บาท 5. 50,001-60,000 บาท 6. มากกว่า 60,000 บาท
ปัจจุบันท่านอาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพฯหรือปริมณฑลใช่หรือไม่	1. พักอาศัยหรือทำงานในกรุงเทพฯหรือปริมณฑล 2. พักอาศัยหรือทำงานในต่างจังหวัด
แพ็คเกจ 4 G ในโทรศัพท์มือถือที่ใช้ต่อเดือน	1. ต่ำว่า 2 Gigabyte 2. 2.01-4 Gigabyte

คำถาม	ตัวเลือก
	3. 4.01-6 Gigabyte 4. 6.01-8 Gigabyte 5. มากกว่า 8 Gigabyte
ความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือต่อวัน	1. ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง/ วัน 2. มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง/ วัน 3. มากกว่า 4 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง/ วัน 4. มากกว่า 8 ชั่วโมง/ วัน

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้บริการคอร์สออนไลน์

คำถาม	ตัวเลือก
ท่านรู้จักแพลตฟอร์มที่ให้บริการคอร์สเรียนออนไลน์ดังนี้หรือไม่	1. Courera 2. Udemey 3. Udacity 4. Moodle 5. Blackboard 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
จุดประสงค์หรือแรงบันดาลใจในการเลือกเรียนคอร์สจาก Education platform ออนไลน์	1. เพื่อพัฒนาความสามารถ (Skill) ในการทำงาน 2. เพื่อเรียนเทคโนโลยีใหม่ๆ 3. เพื่อใช้เตรียมสอบ 4. เพื่อใช้ประกอบกิจกรรมการศึกษา เช่น โปรเจคประจำเทอม 5. เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัวในเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
หัวข้อของคอร์สเรียนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ท่านสนใจในการเข้าเรียน	1. ธุรกิจ/การเงิน 2. การตลาด 3. เทคโนโลยี 4. Personal Development 5. สุขภาพ 6. หัวข้อตัวเตรียมสอบ 7. ภาษา

คำถาม	ตัวเลือก
	8. ถ่ายรูป 9. เพลง
ช่องทางในการเข้าถึงคอร์สออนไลน์	1. สมาร์ท โฟน 2. แทปเลต 3. โน้ตบุค 4. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ 5. อื่นๆ
ปัจจัยในการเลือกเรียนคอร์สในแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ (5 มากที่สุด, 1 น้อยที่สุด)	1. หัวข้อการเรียนรู้ตรงความต้องการ 2. ความคิดเห็นหรือเรตติ้งของผู้เรียนที่มีต่อคอร์ส 3. ราคาของคอร์ส 4. ความยาวของคอร์ส 5. ชื่อเสียงของผู้สอน 6. มีใบรับรองหลังจากเรียนจบคอร์ส 7. ภาษาที่ใช้ในการสอน
ค่าใช้จ่ายที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อคอร์สการเรียนออนไลน์ 1 คอร์ส	1. ฟรี-100 2. 101-300 บาท 3. 301-500 บาท 4. 501-700 บาท 5. 700 บาทขึ้นไป
ช่องทางการจ่ายเงินที่ท่านสะดวกสำหรับการจ่ายเงินทางออนไลน์	1. Alipay 2. Line Rabbit 3. Credit card 4. True money 5. Paypal