

การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น
ในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

ลลิตา เงินวิวัฒน์

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2557

THE STUDY OF RUNNING JAPANESE SCHOOL
IN RAMA V CIRCLE AREA RATCHAPRUK ROAD

Lalita Ngoenwiwat



A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2014

หัวข้อสารนิพนธ์

ความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นใน
ย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

โดย

ลลิตา เงินวิวัฒน์

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร. รัชตะ รุ่งตระกูลชัย)

..... กรรมการ

(ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

ลลิตา เงินวิวัฒน์ : การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 80 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์ โดยการศึกษาครอบคลุมทั้งในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจถึงความคุ้มค่าและความเหมาะสมในการลงทุน ตลอดจนเพื่อเข้าใจถึงปัญหา, อุปสรรค และแนวทางการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

วิธีการศึกษาประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันสอนภาษาและการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการค้นคว้าออนไลน์ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปประกอบการวิเคราะห์ต้นทุนในภาพรวมทั้งหมด

ผลศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือวัยทำงานและนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการพัฒนาทักษะทางภาษาที่สาม ผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในย่าน ถนนราชพฤกษ์ นครอินทร์ กาญจนานิเทศ และบรมราชชนนี หากรายได้เป็นไปตามเป้าหมายมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จะอยู่ที่ 1,429,060 บาท และผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) เท่ากับร้อยละ 41.46 โดยมีระยะเวลาคู้ทุน อยู่ที่ 2.3 ปี

ผลจากการวิเคราะห์ความไวของโครงการ เมื่อผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่ประมาณการโดยแบ่งเป็นกรณีที่ได้ผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง และกรณีที่ผลตอบแทนมากเกินไปกว่าที่คาดหวัง ผลปรากฏว่าโครงการยังสามารถทำกำไรได้ ดังนั้นโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2557

LALITA NGOENWIWAT : THE STUDY OF RUNNING JAPANESE SCHOOL
IN RAMA V CIRCLE AREA RATCHAPRUK ROAD. ADVISOR : ASSISTANT
PROFESSOR RUNGSUN LERTNAISAT, 80 PP.

The aim of this research is to study and analyze the feasibility of investment in Japanese school in Rama V circus area Ratchapruk Rd. in aspect of marketing, technical, management and finance to provide data for decision making. The worthiness, suitability and project management methodology were considered to identify problems and threats as well as solutions for improving business management.

The study method included collecting data from interview management of foreign language school, text, research, and online data. Several aspects were analyzed from the collected data including marketing, technical, management, and finance, base on internal and external factors for provide total costing data analysis.

The result indicated that this project is feasible for the investment. The target groups of customer are working age and student, whose would like to improve third language skill, living in Ratchapruk Rd., Nakorn-in Rd., Kanchanapisek Rd., and Borromratchonnee Rd. If the income reached the target, the net present value (NPV) was 1,429,060 baht, internal rate of return (IRR) was 41.46%, and break event time was 2.3 years.

The result of sensitivity analysis in case of the income was not reach target and in case of the income was over expectation, indicated that the project was earned profit. Therefore, this project is feasible for the investment.

TNI

Graduate School

Field of Study Executive Enterprise Management

Academic Year 2014

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาจากคณาจารย์ทุกท่าน ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์ อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และคอยติดตามความคืบหน้าเสมอมา รวมถึงขอบพระคุณอาจารย์ ดร. รชตะ รุ่งตระกูลชัย และ ดร. บุญญดา นาสมบุญณ์ ที่กรุณารับเป็น คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้สารนิพนธ์สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณยาย ที่คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจ สนับสนุนจนทำให้ งานสารนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลงได้

รวมทั้งขอบพระคุณนภาพร วิจิตร ที่คอยติดตามให้ความช่วยเหลือ ประสานงานอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆ EEM53 ที่คอยเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ กำลังใจ และข่าวสารต่างๆ ตลอดช่วงเวลาในห้องเรียน และจนถึงบัดนี้

คุณงามความดีและประโยชน์อันพึงเกิดขึ้นจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแต่ คุณพ่อ คุณแม่ คุณยาย และครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่ง คณาจารย์ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอย สนับสนุน ช่วยเหลือจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ลลิตา เงินวิวัฒน์

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูป.....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
ขั้นตอนการศึกษาและดำเนินงาน.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
แผนงานและระยะเวลาดำเนินงาน.....	5
2 หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
หลักการพื้นฐานของการศึกษา.....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ.....	6
ขอบเขตในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเชิงกลยุทธ์.....	10
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์.....	25
การกำหนดข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
ขั้นตอนในการศึกษา.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
การวัดผล.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ.....	28
การศึกษาด้านการตลาด.....	28
การศึกษาด้านเทคนิค.....	41
การศึกษาด้านการบริหารจัดการ.....	42
การศึกษาด้านการเงิน.....	45
การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง.....	51
5 บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	54
สรุปผลการศึกษา.....	54
ข้อเสนอแนะ.....	55
ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา.....	56
บรรณานุกรม.....	57
ภาคผนวก.....	60
ภาคผนวก ก. งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น กรณีเป็นไปตามเป้าหมาย (Base Case).....	61
ภาคผนวก ข. งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น กรณีเกินเป้าหมาย (Best Case).....	68
ภาคผนวก ค. งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น กรณีไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case).....	74
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	80

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ผลสำรวจจำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทย.....	3
2	แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	5
3	การศึกษาสภาพปัจจุบันของโครงการโดยการวิเคราะห์ SWOT.....	12
4	ตัวอย่างการทำตาราง Gantt Chart.....	18
5	การคำนวณระยะเวลาคืนทุน.....	22
6	เปรียบเทียบสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่เป็นคู่แข่งทางการค้า.....	33
7	กลยุทธ์เชิงรุก SO Strategy.....	36
8	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST Strategy.....	36
9	กลยุทธ์เชิงรับ WT Strategy.....	36
10	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO Strategy.....	37
11	ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนิปปอน ฟาสต์.....	40
12	รายจ่ายค่าจ้างครูผู้สอน และเงินเดือนพนักงาน.....	45
13	ประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก.....	46
14	การประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่.....	47
15	การคิดค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสินทรัพย์ถาวร.....	48
16	ประมาณการรายได้ต่อปี Base case 1.....	48
17	ประมาณการอัตรากำไรสุทธิ.....	49
18	ระยะเวลาคืนทุน Base Case 1.....	49
19	อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI) และ อัตราผลตอบแทนเงินทุน (ROE) Base Case 1.....	50
20	เปรียบเทียบกรณีตัวอย่างทางการเงิน.....	51
21	แผนรองรับกรณีฉุกเฉิน (Emergency Plan).....	53
22	สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน.....	55
23	ประมาณการงบดุล.....	62
24	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	63
25	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	64
26	ผลตอบแทนการลงทุน.....	65
27	Pay Back Period = 2.3 ปี.....	65
28	อัตรากำไร.....	65
29	ROI และ ROE.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	ประมาณการรายได้.....	66
31	ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	66
32	เงินเดือนพนักงาน (ต่อปี).....	66
33	ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย.....	67
34	ประมาณการงบดุล.....	69
35	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	70
36	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	71
37	ผลตอบแทนการลงทุน.....	71
38	Pay Back Period = 1.3 ปี.....	72
39	อัตรากำไร.....	72
40	ROI และ ROE.....	72
41	ประมาณการรายได้.....	72
42	ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	73
43	เงินเดือนพนักงาน (รายปี).....	73
44	ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย.....	74
45	ประมาณการงบดุล.....	75
46	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	76
47	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	77
48	ผลตอบแทนการลงทุน.....	77
49	Pay Back Period = 3.8 ปี.....	78
50	อัตรากำไร.....	78
51	ROI และ ROE.....	78
52	ประมาณการรายได้.....	78
53	ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	79
54	เงินเดือนพนักงาน (รายปี).....	79
55	ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย.....	79

สารบัญรูป

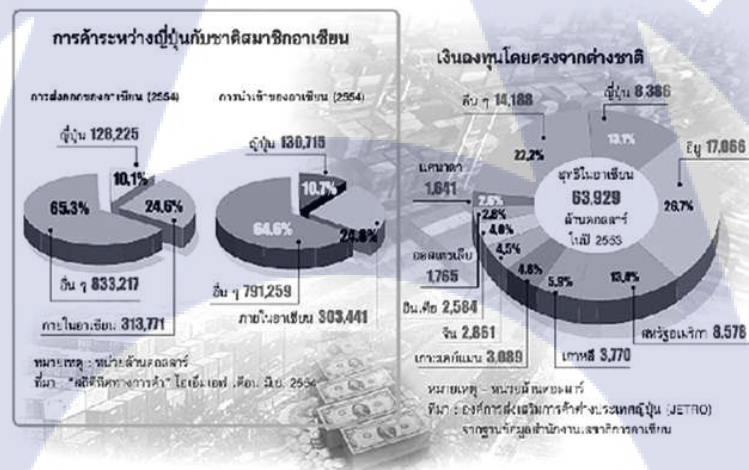
รูป		หน้า
1	การค้าและการลงทุนจากญี่ปุ่นในประชาคมอาเซียน.....	1
2	ตัวอย่างแผนผังองค์กร.....	19
3	Perception Map เปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญ.....	38
4	แผนผังโครงสร้างสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอนเฟาสต์.....	43



บทที่ 1 บทนำ

สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา

ในปัจจุบันนักลงทุนชาวต่างชาติได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยจำนวนมาก และหนึ่งในนักลงทุนต่างชาติอันดับต้นๆ นั่นคือ นักลงทุนชาวญี่ปุ่น โดยญี่ปุ่นได้เข้ามาลงทุนในรูปแบบบริษัทข้ามชาติเกือบจะทุกประเภทอุตสาหกรรมในไทย (ญี่ปุ่นหนุอาเซียในฐานะหลักเผยแพร่ 3 ปัจจัยสำคัญก่อนลงทุนเพิ่ม. 2555) มีสมาชิกซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทยปี 2556 สูงที่สุดจำนวน 1,546 บริษัท โดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 57.1 ของการลงทุนในอาเซียนทั้งหมด และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีก เนื่องจากข้อตกลงทางการค้าและแผนยุทธศาสตร์ที่ทำร่วมกันระหว่างอาเซียนกับญี่ปุ่น



รูปที่ 1 การค้าและการลงทุนจากญี่ปุ่นในประชาคมอาเซียน

ที่มา : องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศญี่ปุ่น (JETRO). (ม.ป.ป.). การค้าและการลงทุนระหว่างญี่ปุ่นกับชาติสมาชิกอาเซียน. ออนไลน์.

ด้วยเหตุดังกล่าว ทำให้มีชาวญี่ปุ่นเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองไทยเป็นจำนวนมาก ในปี 2555 มีคนญี่ปุ่นที่พำนักในประเทศไทยระยะยาวจำนวนประมาณ 30,000 คน โดยเป็นทั้งผู้บริหาร พนักงานองค์กร ครอบครัวผู้ติดตาม และนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวนคนญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนมากถึงปีละกว่า 1.2 ล้านคน อีกทั้งชาวไทยเองก็มีผู้ที่พำนักอาศัยและเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยข้อมูล ณ ปี 2548 มีคนไทย

พำนักรออยู่ในญี่ปุ่น รวมทั้งสิ้นประมาณ 50,000 คน ส่วนจำนวนผู้เดินทางไปญี่ปุ่นนั้น ด้านการท่องเที่ยวถือเป็นสาเหตุหลักในการเดินทาง โดยจากมาตรการยกเว้นวีซ่าเข้าประเทศให้กับนักท่องเที่ยวไทยที่ต้องการเดินทางเข้าญี่ปุ่นเพื่อพำนักระยะสั้นไม่เกิน 15 วัน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 เป็นต้นมา ทำให้นักท่องเที่ยวไทยในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวไทยไปญี่ปุ่น 453,600 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 74 ซึ่งเป็นอัตราเพิ่มสูงสุดในบรรดานักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด และเป็นจำนวนสูงสุดเป็นประวัติการณ์ (โดยเฉพาะภายหลังญี่ปุ่นเริ่มดำเนินการยกเว้นวีซ่าให้แก่นักท่องเที่ยวไทยเมื่อ 1 กรกฎาคม 2556 อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 96 จากปีก่อนหน้า) และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในไตรมาสแรกของปี 2557 ได้เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 64 จากช่วงเดียวกันของปี 2556 ด้านแรงงานนั้นกระทรวงแรงงานไทยก็มีโครงการที่ร่วมกับองค์กรพัฒนาแรงงานระดับนานาชาติของญี่ปุ่น (IM Japan) รับสมัครคัดเลือกและจัดส่งคนไทยไปฝึกงานที่ญี่ปุ่นเป็นประจำทุกปี ส่วนด้านการศึกษา นั้น ทั้งรัฐบาลญี่ปุ่นและสถาบันการศึกษาของญี่ปุ่นได้เปิดโอกาสมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียน นักศึกษาชาวไทยอยู่เป็นประจำทุกปี โดยข้อมูล ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2556 มีนักเรียนไทยในญี่ปุ่นหลักสูตรระยะยาวจำนวน 2,383 คนและหลักสูตรระยะสั้น จำนวน 345 คน

ด้วยเหตุนี้ภาษาญี่ปุ่นจึงเป็นอีกหนึ่งภาษาต่างประเทศที่ได้รับความนิยมจากชาวไทยมาเป็นเวลานาน และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นขึ้นในสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในระดับตั้งแต่มัธยมศึกษาจนถึงมหาวิทยาลัย

การเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นยุคแรกเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2477 โดยเปิดสอนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 7-8 แผนกวิสามัญภาษาต่างประเทศ โรงเรียนมัธยมวัดบพิตรพิมุข กรมวิสามัญศึกษา ปัจจุบัน คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ และเริ่มการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในปี พ.ศ. 2485 เมื่อทางคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เปิดสอนหลักสูตรอักษรศาสตรบัณฑิตจัดการเรียนการสอนเป็นสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น ในอดีตจนถึงปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะมีผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นกว่า 79,000 คน (ข้อมูลปี 2552) โดยประเทศไทยถือเป็นอันดับที่ 7 ในโลกที่มีผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นมากที่สุด และมีสถาบันที่เปิดสอนภาษาญี่ปุ่นถึง 400 กว่าแห่ง แบ่งเป็น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียนมัธยม และสถาบันสอนภาษาเอกชนต่างๆ โดยมีครูที่เป็นคนไทยประมาณ 600 คน และครูชาวญี่ปุ่น 300 กว่าคน มีจำนวนนักเรียนที่อยู่ในระบบทั่วประเทศไทยประมาณ 30,000 กว่าคนต่อปี

ตารางที่ 1 ผลสำรวจจำนวนผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทย

จำนวนผู้เรียน (คน) / 学習者数 (人)	1998	2003	2006	2009
ระดับประถมศึกษา / 初等教育				1,534
ระดับมัธยมศึกษา (ตัวเลขปี 1998-2006 เป็นตัวเลขรวม ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา) 中等教育 (~2006 初・中等教育)	7,694	17,516	31,679	42,400
ระดับอุดมศึกษา / 高等教育	24,218	22,273	21,634	23,707
การศึกษานอกระบบ / 学校教育外	7,910	15,095	17,770	11,161
รวม / 合計	39,822	54,884	71,083	78,802

ภาวะทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นมีการขยายตัวและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่การดำเนินธุรกิจดังกล่าวของไทย มักเป็นไปในรูปแบบสาขาแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงเพียงไม่กี่แห่ง อีกทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐเองก็ได้เข้ามาขยายการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้มากขึ้นด้วย ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง ผู้ประกอบการธุรกิจสถาบันภาษาแต่ละรายจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงในธุรกิจค่อนข้างมาก เช่น การเงิน การตลาด และการจัดการ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของสถาบันสอนภาษามีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาในระบบ และกลุ่มคนทั่วไปที่เรียนเพื่อประกอบอาชีพหรือเสริมทักษะทางภาษา ซึ่งดูจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีจำนวนไม่น้อยและยังจะทวีจำนวนมากขึ้นตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและญี่ปุ่น

ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นผู้หนึ่งที่สนใจธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ที่จะเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์ ซึ่งผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นว่าทำเลที่ตั้งแห่งนี้น่าจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยข้อมูลจากการสำรวจรอบวงเวียนพระราม 5 บนถนนราชพฤกษ์ ในรัศมี 5-10 กิโลเมตร พบว่ามีประชากรหนาแน่นมากกว่า 50,000 ครั้วเรือน มีหมู่บ้านโครงการขนาดใหญ่มากถึง 100 โครงการ โดยมีหมู่บ้านตั้งแต่ระดับราคา 4-200 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง อีกทั้งยังตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน เช่น โรงเรียนอนุบาลเด่นหล้า พระราม 5, โรงเรียนสารสาสน์วิเทศ ราชพฤกษ์ และโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ นนทบุรี เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่นำมาเป็นตัวอย่าง สามารถสรุปแนวคิดเป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการประเมินถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจที่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการจริง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องใช้ตัวเลขที่มีการตั้งสมมติฐานที่มีความเป็นไปได้ทางการเงินในการกำหนดตัวเลขทางการเงินบางตัวของโครงการ

ขั้นตอนการศึกษาและดำเนินงาน

ผู้ศึกษาได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการประเมินภาพรวมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมและกำหนดรูปแบบธุรกิจที่จะทำการประเมินความเป็นไปได้
2. วิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ ด้วยวิธี SWOT Analysis และค้นหาปัจจัยที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ
3. ทำการศึกษาและวางกลยุทธ์ด้านการตลาด ด้านบริหาร และด้านการเงิน
4. ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน
5. วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง และกำหนดแผนฉุกเฉินรองรับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
2. ได้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
3. ได้ทราบข้อมูลเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับต้นทุน และผลตอบแทนในการลงทุนของโครงการหนึ่ง เพื่อพิจารณาความคุ้มค่าในการลงทุน และใช้เป็นเกณฑ์ในการประกอบการตัดสินใจ

2. การเสริมทักษะทางภาษา หมายถึง การเพิ่มความสามารถทางภาษาใดภาษาหนึ่ง ให้มีความเชี่ยวชาญทั้งในการพูด ฟัง อ่าน เขียน

3. ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ ซึ่งไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด แต่ความเสี่ยงนั้นๆ จะมีแนวโน้มที่เกิดขึ้นไม่มากก็น้อยในบริษัท

แผนงานและระยะเวลาดำเนินงาน

ตารางที่ 2 แผนงานและระยะเวลาดำเนินงาน

ลำดับ	ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5
1	ประเมินภาพรวมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมและกำหนดรูปแบบธุรกิจที่จะทำการประเมินความเป็นไปได้	/				
2	ศึกษาทฤษฎี ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง	/				
3	วิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ		/			
4	ทำการศึกษาและวางกลยุทธ์ด้านการตลาด ด้านบริหาร ด้านเทคนิค และด้านการเงิน		/	/		
5	ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน			/	/	
6	วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง และกำหนดแผนฉุกเฉินรองรับ				/	/
7	จัดทำรูปแบบสมบูรณ์					/

บทที่ 2

หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการพื้นฐานของการศึกษา

การศึกษาเพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการหรือแผนธุรกิจ เป็นการศึกษาที่ช่วยให้การกำหนดโครงการสามารถทราบถึงปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และช่วยให้การจัดทำหรือดำเนินกิจกรรมในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างเหมาะสมรวมทั้งสามารถได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดและประสบความสำเร็จจากการลงทุน โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
- ขอบเขตในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
- แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเชิงกลยุทธ์
- เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

สุภาพร พิศาลบุตร (2549 : 113) ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หรือการวิเคราะห์โครงการไว้ดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ของโครงการได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายด้วยกัน ที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาที่ช่วยให้การกำหนดโครงสร้างสามารถได้รับผลประโยชน์ตอบแทนที่สูงที่สุดจากการลงทุน
2. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การศึกษาที่ช่วยให้ทราบถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จของโครงการลงทุน และเมื่อมีการดำเนินงานตามโครงการนั้นแล้ว จะทำให้ผู้ลงทุนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนที่สูงที่สุด
3. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ เอกสาร (Document) ที่พรรณนาอย่างชัดเจน และเป็นระบบของโครงการภายใต้การศึกษาเอกสารดังกล่าวจะต้องระบุผลการวิเคราะห์ด้านต่างๆ ที่สำคัญของโครงการ เพื่อให้ผู้ตัดสินใจสามารถทำการตัดสินใจได้

การวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis) หมายถึง กระบวนการในการศึกษาโครงการอย่างละเอียด ทั้งนี้เพื่อให้ได้โครงการที่สามารถดำเนินการได้ และเป็นประโยชน์ต่อแผนงานอย่างแท้จริง

จากคำนิยามต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่าการวิเคราะห์โครงการ หรือ การศึกษารายละเอียดของต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ เปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการและแผนงานต่างๆ ว่าเป็นไปได้อย่างประหยัด มีประสิทธิภาพและยังเกิดประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายหรือไม่เพียงใด ทั้งนี้เพื่อคัดเลือกโครงการที่ดีที่สุดเข้าไปในแผน

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงมีความหมายเช่นเดียวกับการวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis) ซึ่งจะเป็นการประเมินถึงข้อดี (Advantage) และข้อเสีย (Disadvantage) หรือผลตอบแทน (Benefit) และค่าใช้จ่าย (Cost) ของโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงเน้นไปที่การประเมินถึงความคุ้มค่าของโครงการ (Evaluation of Project Worth) โดยโครงการจะมีความคุ้มค่าก็ต่อเมื่อผลประโยชน์ตอบแทนของโครงการมีค่าสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไปนั่นเอง

อย่างไรก็ดี อาจมีบางโครงการที่มีความยากลำบากในการตีค่าผลประโยชน์ตอบแทน หรือเป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลที่ได้มีการตัดสินใจมาแล้ว ถึงระดับผลผลิตหรือผลประโยชน์ตอบแทนที่ต้องการ ในกรณีเช่นนี้ ปัญหาของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะอยู่ที่การกำหนดแนวทางเพื่อให้บรรลุผลผลิตหรือนโยบายตามที่ต้องการโดยประหยัดที่สุดหรือเสียค่าใช้จ่ายต่ำสุด โครงการที่มีความเป็นไปได้ที่สุดในกรณีนี้จะได้แก่โครงการที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด

จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2545 : 2) ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการว่า หมายถึงการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรม และการเงิน ของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะคิดลงทุนในโครงการนั้นๆ

การศึกษาความเป็นไปได้ดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นเพียงขั้นตอนในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ (Project Development Cycle) ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ในการบริหารโครงการเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่ความคิดที่จะมีโครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิต โดยขั้นตอนต่างๆ ในวงจรพัฒนาโครงการ แบ่งออกเป็นดังนี้

1. ระยะก่อนการลงทุน (Pre-Investment Phase) ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่วๆ ไป เพื่อพิจารณาว่าโครงการใดควรลงทุน เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ หลังจากนั้นจึงประเมินผลโครงการและตัดสินใจลงทุนต่อไป

2. ระยะลงทุน (Investment Phase) ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่างๆ การติดต่อทำสัญญา การก่อสร้าง การรับสมัครพนักงาน และการจัดการฝึกอบรมพนักงาน

3. ระยะดำเนินการ (Operational Phase) เป็นระยะสุดท้ายหลังจากที่ผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว หลังจากนั้นผู้ริเริ่มโครงการก็มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและติดตามผลงานเป็นระยะๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

ซึ่งผลของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจะมีประโยชน์ต่อผู้ริเริ่มโครงการเป็นอย่างมาก เพราะจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจ และทำให้ทราบถึงความเสี่ยงต่อความผิดพลาดต่างๆ และสามารถลดความเสี่ยงดังกล่าวให้เหลือน้อยที่สุด

ขอบเขตในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยทั่วไปจะทำการศึกษาคอบคลุม 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน และด้านการบริหาร ดังนี้ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2533)

1. ด้านการตลาด การศึกษาด้านการตลาดของโครงการเป็นสิ่งจำเป็นต่อการวางแผนและการวิเคราะห์โครงการเป็นอย่างดี หากผลิตอะไรออกมาแล้วไม่มีตลาดรองรับก็ไม่มีเหตุผลใดที่จะทำการผลิต หลังจากได้ตรวจสอบขนาดตลาดในปัจจุบันแล้ว ก็ทำการคาดคะเนตลาดในอนาคต ในการคาดคะเนขนาดตลาดทั้งหมดของผลผลิตชนิดนั้น แล้วคาดคะเนปริมาณการขายที่คาดว่าจะขายได้ และในการคาดคะเนก็อาศัยวิธีการต่างๆ เช่น การคาดคะเนโดยอาศัยแนวโน้มในอดีต และการคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐกิจ อันเป็นการคาดคะเนจากปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ที่กำหนดขึ้นเป็นตัวแปรอิสระ การสร้างระบบความสัมพันธ์ดังกล่าวจะช่วยให้สามารถคาดคะเนอุปสงค์ในอนาคตได้ ส่วนการพิจารณาว่าเมื่อผลผลิตออกมาแล้วจะสนองความต้องการของตลาดได้มากน้อยเพียงใด จำเป็นต้องพิจารณาคู่แข่งขันที่มีอยู่เดิม ทั้งในปริมาณการผลิต คุณภาพ สถานที่ตั้ง ราคา และต้นทุน เพื่อพิจารณาว่าคุณภาพผลผลิตโครงการเป็นอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งหรือไม่ และต้นทุนการผลิตสูงกว่าหรือต่ำกว่า เพื่อจะได้พิจารณาหาทางปรับปรุงให้สามารถทำการแข่งขันได้ นอกจากนี้การวิเคราะห์ทางด้านนี้ยังสามารถขยายให้ครอบคลุมถึงเรื่องการค้าได้อีกด้วย รวมถึงการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบและบริการต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินงาน โดยผลการศึกษาในด้านนี้จะเป็นตัวชี้บ่งถึงความอยู่รอดของโครงการ ดังนั้น การดำเนินการศึกษาความเหมาะสม หรือความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนต่างๆ จึงมุ่งเน้นในด้านตลาดก่อนเป็นอันดับแรก หากผลชี้วัดว่าโครงการดังกล่าวมีตลาดรองรับสินค้า หรือบริการของเราแล้ว จึงค่อยศึกษาความเหมาะสมของโครงการในลักษณะอื่นๆ ต่อไป

2. ด้านเทคนิค เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการจะมีเทคนิคการผลิตให้เลือกได้หลายประเภทซึ่งเทคนิคการผลิตแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปตาม ชนิด ปริมาณ และคุณภาพของปัจจัยการผลิตที่ต้องการสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อดีและข้อเสียของเทคนิคการผลิตงานบริการต่างๆ แล้วคัดเลือกเทคนิค

การผลิตงานบริการที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้น การวิเคราะห์ทางด้านนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดทางเลือก และการคัดเลือกทางเลือกด้านเทคนิคการผลิตงานบริการที่ดีที่สุดให้กับโครงการ ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ขนาดของโครงการ

2.2 สถานที่ตั้งของโครงการ

2.3 จำนวนประชากรที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากโครงการ และลักษณะการกระจายตัวด้านกายภาพของประชากรในพื้นที่โครงการ

2.4 ประสิทธิภาพการใช้ และการดูแลรักษาเทคโนโลยี รวมทั้งประเด็นเรื่องอะไหล่และทักษะด้านเทคนิควิชาการที่มีอยู่และหาได้

2.5 ปริมาณ และคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

2.6 ประมาณการต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ต้องการ

อย่างไรก็ดี ประเด็นปัญหาด้านเทคนิคจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของธุรกิจ นอกจากนี้ เทคนิคการผลิตที่มีต้นทุนการผลิตต่ำสุดก็ไม่จำเป็นเสมอไปว่าจะช่วยให้โครงการมีประสิทธิภาพสูงสุดก็ได้ เนื่องจาก เทคนิคที่แตกต่างกันอาจให้ผลตอบแทนต่างกันได้ การเปรียบเทียบระหว่างต้นทุน และผลตอบแทนของแต่ละทางเลือกเท่านั้นจึงจะทำให้ทราบได้ว่าทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

3. ด้านบริหาร ถึงแม้ว่าจะมีการวิเคราะห์ด้านต่างๆ มาแล้ว และปรากฏว่าโครงการที่เสนอมามีเป็นโครงการที่ดี แต่เมื่อโครงการได้รับอนุมัติและดำเนินการแล้ว ก็อาจประสบความล้มเหลวและขาดทุนได้เช่นกัน ถ้าหากว่าการจัดการหรือการบริหารโครงการไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพ และในหลายกรณีความสำเร็จของโครงการจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารหรือการจัดการเป็นสำคัญ ดังนั้น ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ทางด้านนี้ด้วย เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาแต่ประการใดเมื่อมีการนำโครงการไปปฏิบัติและดำเนินการ การวิเคราะห์จะเกี่ยวข้องกับการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ และดำเนินงานโครงการ เช่น

- บุคลากร
- หน้าที่และความรับผิดชอบ
- ระดับทักษะ ความรู้ และความชำนาญ
- กระบวนการ และระเบียบวิธีดำเนินงาน
- ระบบข้อมูล และการกระจายอำนาจการตัดสินใจ
- นโยบายด้านราคา และการค้าที่จะมีผลกระทบต่อเสถียรภาพโครงการ ส่วนการ

วิเคราะห์ก็อาจครอบคลุมไปถึงเรื่องต่อไปนี้

- ระบบการบริหาร และการจัดการ
- การบริหารงานบุคคล

- ปริมาณ และคุณภาพบุคลากร
- การฝึกอบรมที่ต้องการ

4. ด้านการเงิน การวิเคราะห์กระบวนการด้านการเงิน และระเบียบวิธีการทางการเงิน การเงินเป็นการวิเคราะห์การลงทุน และผลตอบแทนของโครงการในแง่เอกชน หรือผลกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังรวมการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมให้กับโครงการเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีโครงการแล้ว จะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ ในทุกขั้นตอนของโครงการ ตลอดจนการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงการมีผลตอบแทนให้กับผู้ร่วมโครงการมากเพียงพอที่จะจูงใจให้เขาเหล่านั้นเข้าร่วมโครงการด้วย ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน นักวิเคราะห์จะต้องจัดทำงบการเงินต่างๆ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด เพื่อกำหนดว่าโครงการจะมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคตหรือไม่ กำหนดอัตราผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ประเมินสภาพคล่อง และความสามารถในการชำระหนี้ เครื่องมือที่ใช้วัดการดำเนินการโดยทั่วไป ได้แก่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratio Analysis) การวิเคราะห์ทางการเงินจะเริ่มด้วยการคาดคะเนผลผลิต หรือการบริการของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประมาณการรายรับ นอกจากนั้นก็มีการคาดคะเนต้นทุนในแต่ละระดับการผลิต หรือการดำเนินงานภายใต้ข้อสมมติเกี่ยวกับราคาสินค้า หรือบริการที่ผลิต นอกจากนั้น เครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ วิธีการปรับลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flow Method) ตามวิธีนี้จะต้องมีการจัดเตรียมกระแสเงินสดของโครงการ การทำส่วนลดกระแสเงินสด การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)

โดยด้านต่างๆ ของโครงการดังกล่าวต่างมีความสัมพันธ์ต่อกัน ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการตัดสินใจเกี่ยวกับด้านใดด้านหนึ่งแล้ว จะมีผลกระทบไปสู่การพิจารณา หรือการตัดสินใจด้านอื่นๆ ด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์ที่ดีจึงต้องศึกษาแง่มุมหรือด้านต่างๆ ดังกล่าวของโครงการให้ครบทุกด้านเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดีพร้อมในทุกๆ ด้าน

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเชิงกลยุทธ์

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนั้นสิ่งแรกที่ต้องทำก็คือ การศึกษาสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมทั้งสภาพแวดล้อมทั่วไป หรือ General Environment และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน หรือ Competitive Environment เพื่อระบุปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาวะทางการตลาดทั้งการเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อ การลดลงของกำลังซื้อ การแข่งขัน และปัจจัยที่อาจเป็นบวกหรือลบที่จะกระทบกับอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม

ในการวิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม เรานำเครื่องมือ 2 อย่าง มาเป็นกรอบในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือแรก คือ การทำการวิเคราะห์ STEP Analysis เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อมทั่วไป หรือ General Environment โดยจะแยกออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. S : Social หรือ ด้านสังคม
2. T : Technology หรือ ด้านเทคโนโลยี
3. E : Economic หรือ ด้านเศรษฐกิจ
4. P : Political หรือ ด้านการเมือง

เครื่องมือที่สอง คือ Five Forces Model ของ พอร์เตอร์ เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านการแข่งขัน หรือ Competitive Environment เพื่อพิจารณาถึงสภาพของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม โดยแบ่งกรอบการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ด้าน คือ

1. The Threat of New Entrants หรือ ความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ วิเคราะห์ความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

2. The Bargaining Power of Suppliers หรือ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอำนาจการต่อรองของผู้ผลิต วิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่างๆ ให้แก่บริษัทเรา โดยวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจเราต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่งๆ สูงก็就会有ความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทันที

3. The Bargaining Power of Customers หรือ อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค วิเคราะห์ เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

4. The Threat of Substitute Products and Services หรือ ความเสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทน การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of Substitute) วิเคราะห์สินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต

5. The Intensity of Rivalry between Competitors หรือ ความเข้มข้นของสภาพการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรม วิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจ

เดียวกันอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็วอาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจที่เป็นอยู่ โดยการวิเคราะห์ขนาดของกลุ่มแข่งขัน กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขัน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

หลังการศึกษาสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมแล้วสิ่งที่ต่อมาที่เราควรรู้จักคือ สภาพปัจจุบันของกิจการทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกิจการ เพื่อให้เราทราบว่าเราควรจะดำเนินกลยุทธ์ใดในการใช้ประโยชน์จากโอกาส และหลีกเลี่ยงอุปสรรคได้ โดยเครื่องมือที่นำมาใช้คือการวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ (2546 : 431) กล่าวว่า SWOT เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งถือว่ามีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของบริษัท รายละเอียดการวิเคราะห์ SWOT ดังนี้

ตารางที่ 3 การศึกษาสภาพปัจจุบันของโครงการโดยการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths) ข้อดีเด่นซึ่งวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายใน - จุดแข็งทางการตลาด - จุดแข็งในส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) - จุดแข็งในหน้าที่การตลาด - จุดแข็งในการบริหารการตลาด - จุดแข็งด้านการเงิน - จุดแข็งด้านการผลิต - จุดแข็งด้านบุคลากร - จุดแข็งด้านอื่นขององค์กร	จุดอ่อน (Weakness) ปัญหาหรือข้อเสียซึ่งวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายใน - จุดอ่อนทางการตลาด - จุดอ่อนในส่วนประสมการตลาด (4Ps) - จุดอ่อนในหน้าที่การตลาด - จุดอ่อนในการบริหารการตลาด - จุดอ่อนด้านการเงิน - จุดอ่อนด้านการผลิต - จุดอ่อนด้านบุคลากร - จุดอ่อนด้านอื่นขององค์กร
โอกาส (Opportunities) ข้อได้เปรียบซึ่งวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอก - สภาพแวดล้อมจุลภาค - ลูกค้าหรือตลาด - คู่แข่ง - ผู้ขายปัจจัยการผลิต - คนกลาง - สภาพแวดล้อม มหภาค - ประชากรศาสตร์ - เศรษฐกิจ - เทคโนโลยี - สังคมและวัฒนธรรม - การเมืองและกฎหมาย - ทรัพยากรทางธรรมชาติ	อุปสรรค (Threats) ปัญหา (อุปสรรค) ซึ่งวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอก - สภาพแวดล้อมจุลภาค - ลูกค้าหรือตลาด - คู่แข่ง - ผู้ขายปัจจัยการผลิต - คนกลาง - สภาพแวดล้อม มหภาค - ประชากรศาสตร์ - เศรษฐกิจ - เทคโนโลยี - สังคมและวัฒนธรรม - การเมืองและกฎหมาย - ทรัพยากรทางธรรมชาติ

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส เรียบร้อยแล้ว ก็จะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix โดย TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ประเภทต่างๆ

ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียดหรือมองไม่ทุกแง่มุม จะส่งผลทำให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่าง กรมธนารักษ์ มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญ และมีโรงกษาปณ์ที่ทันสมัย มีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก คือ กลยุทธ์การรับจ้างผลิตเหรียญทุกประเภททั้งในและต่างประเทศ

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้ ตัวอย่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีจุดแข็ง คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดโอกาสการศึกษาให้แก่ประชาชนทั่วประเทศ ขณะเดียวกันมีข้อจำกัด คือ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมีไม่เพียงพอที่จะสามารถจัดตั้งหน่วยงานของตนเองอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อน

ท้องถิ่นการมีอยู่ได้ ตัวอย่าง ระบบราชการมักมีจุดอ่อน คือ มีขั้นตอนการทำงานที่ยาว ใช้เวลา มาก ขณะเดียวกันก็มีโอกาส คือ โอกาสของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาใช้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ กลยุทธ์การส่งเสริมให้มีการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการและในกระบวนการทำงานของ ราชการให้มากขึ้น (e-Administration)

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาด้วยกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่าง ประเทศไทย จุดอ่อน คือ ต้องนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ประกอบกับพบ ข้อจำกัด คือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งหมดนำมากำหนดกลยุทธ์ในเชิงรับ คือ กลยุทธ์การรณรงค์ประหยัดพลังงานทั่วประเทศอย่างจริงจัง และกลยุทธ์การหาพลังงาน ทดแทนที่นำทรัพยากรธรรมชาติในประเทศที่มีอยู่มากขึ้น (เทพศักดิ์ บุญรัตน์. ม.ป.ป.)

ด้านการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย การเลือก เป้าหมาย และการจัดทำส่วนประสมทางการตลาดของบริการ เนื่องจากลักษณะพิเศษของ บริการทำให้การสร้างส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มจาก 4Ps เป็น 7Ps

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การสร้างบริการ เพื่อคุณภาพของการบริการ ซึ่งต้องมีการปรับแต่งการบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย รวมถึงการสร้าง คุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้ พึงพอใจผลิตภัณฑ์บริการจะเข้ากับธุรกิจทุกประเภทที่มีการให้บริการ เช่น ธุรกิจโรงเรียน โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทธุรกิจ

2. ราคา (Price) หมายถึง การตั้งราคาค่าบริการเป็นคุณค่าในรูปตัวเงิน โดยมีการ เรียกราคาของบริการได้หลายแบบ คือ ค่าคอร์สเรียน ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ค่า สมาชิก เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะเรียกราคาที่ตั้งไว้ว่าอย่างไร ราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการจะตั้ง ให้ครอบคลุมต้นทุนและกำไร การตั้งราคาบางส่วนนั้นต้องให้ทั้งผู้ขายที่เป็นผู้ให้บริการ และ ผู้ซื้อที่เป็นผู้รับบริการเข้าใจว่ามีอะไรรวมอยู่บ้างในสิ่งที่กำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน เพื่อ หลีกเลี่ยงปัญหาในการตั้งราคาและนำไปสู่ความพอใจของลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้การตั้ง ราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วย ลูกค้าอาจจะประเมินบริการด้วยราคาเพราะ บริการนั้นเป็นสิ่งที่ยากจะประเมิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทสำคัญในการชี้วัดระดับความพึงพอใจ ในการให้บริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดจำหน่ายบริการ เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นกับสภาพของบริการ และสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า ซึ่งกำหนดว่าลูกค้าอาจไปที่โรงเรียนเพื่อรับบริการ หรือโรงเรียนออกไปพบลูกค้าเพื่อนำเสนอคอร์สเรียน

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การส่งเสริมการขายบริการ สิ่งที่ท้าทายการส่งเสริมการตลาดของบริการ คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ก่อนการซื้อ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

5. บุคคล (People) หมายถึง บุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด ซึ่งรวมถึงพนักงาน ผู้เรียน และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการ (Other Customer) ด้วย นอกจากนี้ในธุรกิจบริการนั้นจำเป็นต้องมีการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงาน

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ในการบริการนั้นต้องมีการแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการโดยผ่านสิ่งที่มองเห็นได้ ความสะอาด ความรวดเร็ว คุณประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง วิธีดำเนินงานขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เรียน

8. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการหรือการให้บริการ

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ

ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการบริการหรือการให้บริการ ได้มีผู้ให้แนวคิดไว้ดังนี้

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2555) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้ และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใดๆ ทั้งสิ้น การผลิตบริการนี้อาจจะเกี่ยวหรือไม่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าก็ได้

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551 : 12) กล่าวว่า การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

สุนันท์ บุญโรดม (2543 : 22) กล่าวว่า งานบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

สุตาดวง เรื่องรุจิรา (2541 : 116) กล่าวว่า งานบริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ (2546 : 431) กล่าวว่า บริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 25-26) ได้อธิบายความแตกต่างของการตลาดผลิตภัณฑ์ และการตลาดบริการ ดังนี้

การตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป บทบาทของการตลาดผลิตภัณฑ์หลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์ออกจากสายการผลิตแล้วก็คือ การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness), กระตุ้นให้เกิดการตลาด, การสาธิตคุณสมบัติที่จะได้รับการใช้ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป้าหมาย โดยไม่ต้องคำนึงถึงการบอกแบบปากต่อปาก ที่เรียกว่า Word of Mouth (WoM) เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่จับต้องได้ ส่วนการตลาดบริการที่เริ่มต้นจากที่ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเช่นเดียวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ แต่การทำตลาดของทั้งสองแบบมีความแตกต่างกัน คือ ในส่วนของผลิตภัณฑ์จะเป็นแบบผลิตก่อนแล้วทำการตลาด ในขณะที่สินค้าบริการจะเป็นแบบขายก่อนแล้วจึงผลิต ที่สำคัญสินค้าบริการยังจับต้องได้ยาก ทำให้ลูกค้ายากที่จะประเมินคุณภาพก่อนการตัดสินใจซื้อ ต่างกับสินค้าผลิตภัณฑ์ที่สามารถกระตุ้นลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อด้วยการส่งเสริมการขาย โฆษณา ราคา หรือแม้แต่การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ให้ดูน่าสนใจได้ ขณะที่สินค้าบริการโดยทั่วไปทำไม่ได้ ทำให้ลูกค้าประมวลข้อมูลในใจก่อนการตัดสินใจซื้อได้ลำบาก จึงเกิดความรู้สึกว่าตนเองกำลังเสี่ยงกับสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถทดลองใช้ก่อนได้

จากความหมายของการบริการข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมที่ไม่มีตัวตน และไม่อาจจับต้องได้ เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของผู้ขายกับผู้ซื้อ ประเมินผลโดยการรับรู้ และความพึงพอใจของผู้ซื้อ จึงทำให้เป็นการยากที่จะควบคุมความคาดหวัง และการรับรู้จริงของผู้ซื้อได้

ด้านเทคนิค

เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการจะมีเทคนิคการผลิตให้เลือกได้หลายประเภท ซึ่งเทคนิคการผลิตแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปในด้านกรรมวิธีการผลิต ซึ่งเทคนิคการผลิตแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปในด้านกรรมวิธีการผลิต เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต ชนิด ปริมาณ และคุณภาพของปัจจัยการผลิตที่ต้องการ แล้วคัดเลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมที่สุด การวิเคราะห์ทางด้านนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดทางเลือกและการคัดเลือกทางด้าน

เทคนิคที่ดีที่สุดให้กับโครงการ ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ขนาดของโครงการ และความประหยัดจากขนาดที่อาจเกิดขึ้น
2. สถานที่ตั้งของโครงการ เข้าถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และแหล่งทรัพยากร
3. จำนวนประชากรที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากโครงการ และลักษณะการกระจาย

ตัวด้านกายภาพของประชากรในพื้นที่โครงการ

4. ประสิทธิภาพการใช้และการดูแลรักษาเทคโนโลยี รวมทั้งประเด็นเรื่องอะไหล่และทักษะด้านเทคนิควิชาการที่มีอยู่และหาได้

5. วัตถุดิบตลาดวัตถุดิบที่มีและที่หาได้

6. ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

7. ประมาณการต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ต้องการ

ประเด็นปัญหาด้านเทคนิคจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเภท ซึ่งสาขาโครงการเทคนิคที่มีความเหมาะสมกับประเทศหนึ่งอาจไม่เหมาะสมกับอีกประเทศหนึ่งนอกจากนั้นเทคนิคการผลิตที่มีต้นทุนการผลิตต่ำสุดก็ไม่จำเป็นเสมอไปว่าจะช่วยให้โครงการมีประสิทธิภาพสูงสุดก็ได้ เนื่องจากเทคนิคที่แตกต่างกันอาจให้ผลตอบแทนแตกต่างกันได้ การเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนทางเลือกเท่านั้นจึงจะทำให้ทราบได้ว่าทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด การศึกษาด้านเทคนิคมีสำคัญต่อโครงการสาธารณูปการพื้นฐานเกี่ยวข้องกับ

1. การเลือกเทคโนโลยี เช่น กระบวนการผลิต เครื่องมือ เครื่องจักร และขนาดผลิต
2. การออกแบบ เช่น แผนผังทางวิศวกรรม วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ และเวลา
3. ข้อกำหนดอัตราค่าจ้าง เช่น ผู้เชี่ยวชาญ และช่างเทคนิค

ด้านการบริหาร

การศึกษาด้านการบริหาร มีจุดประสงค์หลักของการศึกษาด้านการบริหาร คือ ต้องการมีองค์กรการบริหารที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งจะช่วยในการดำเนินงานตามโครงการนั้นๆ ให้ประสบผลสำเร็จ ในการศึกษาด้านการบริหารนี้จะต้องทำการศึกษา 2 ระยะ ได้แก่ การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน และการบริหารในระยะดำเนินงาน

การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน

การบริหารในระยะนี้เริ่มจากการทำการเตรียมการศึกษาถึงขั้นตอนกิจกรรมต่างๆ ทั้งการศึกษาด้านการตลาด การศึกษาก่อสร้าง การศึกษาด้านการบริหาร และการศึกษาด้านการเงิน การติดตามการก่อสร้าง และการกำหนดผังการดำเนินงาน จนกระทั่งเปิดโครงการ

การก่อสร้างตามโครงการอาจกระทำได้โดยการว่าจ้างบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างและมอบหมายงานให้ แต่ก็ควรมีการควบคุมอย่างใกล้ชิด ในการก่อสร้างตามโครงการจะต้อง

พิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น การก่อสร้างถนน ตัวอาคาร สิ่งก่อสร้างอื่นๆ รวมถึงดูสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อระยะเวลา หรือต้นทุนในการก่อสร้างได้

การกำหนดผังการดำเนินงานสามารถใช้ Gantt Chart จัดทำได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการทำตาราง Gantt Chart

กิจกรรมย่อย	เดือน																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. ดำเนินการศึกษาโครงการและกู้เงินจากสถาบันการเงิน																		
2. ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์																		
3. ตกแต่งร้าน																		
4. ฝึกอบรมพนักงาน																		
5. เริ่มกิจการ																		

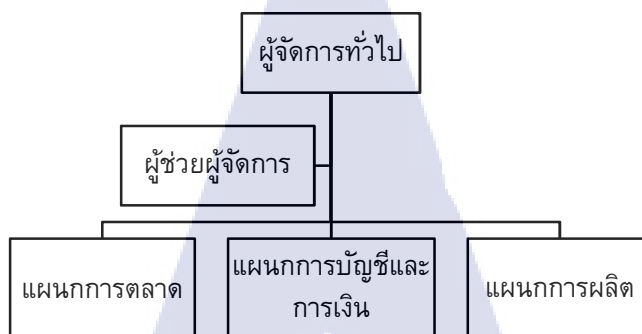
การบริหารในระยะดำเนินงาน

ในการศึกษาการบริหารในระยะดำเนินงาน เป็นการวางกรอบการบริหารต่างๆ เพื่อให้เมื่อดำเนินงานแล้วสามารถจัดการสิ่งต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. รูปแบบขององค์กร
2. รูปแบบการบริหาร
3. บุคลากร

รูปแบบขององค์กร เช่น ใช้รูปแบบบุคคลธรรมดา รูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชน ซึ่งในแต่ละรูปแบบก็จะมีข้อกำหนดทางกฎหมายแตกต่างกัน ทั้งการเสียภาษี ภาระผูกพันของเจ้าของ เป็นต้น ซึ่งโครงการต่างๆ ที่จะทำการลงทุนต้องมีการศึกษา และพิจารณาเลือกรูปแบบองค์กรที่เหมาะสมกับโครงการของตน

รูปแบบการบริหาร เป็นการกำหนดสายงานบริหาร การสั่งการ โดยเขียนเป็นแผนภูมิการจัดการ เพื่อให้พนักงานทราบถึงสายการบังคับบัญชา และการติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กร เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



รูปที่ 2 ตัวอย่างแผนผังองค์กร

ด้านบุคลากรจะมีการกำหนดรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวนบุคลากรที่ต้องการในแต่ละสายงาน แหล่งที่มาของบุคลากร และอัตราค่าจ้างในตำแหน่งต่างๆ

ด้านการเงิน

การศึกษาด้านการเงินของโครงการจะเกี่ยวข้องกับการพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในการลงทุนว่าจะต้องใช้เงินในด้านใดบ้าง และเป็นจำนวนเท่าไร จะหาแหล่งเงินทุนได้จากแหล่งใด โครงการนี้จะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องมีการวิเคราะห์ความผันผวนของโครงการ เพื่อดูว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เมื่อเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้น เช่น วัตถุดิบขึ้นราคา เป็นต้น

การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ส่วนที่เป็นต้นทุนสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน

1.1 ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร ได้แก่

- 1.1.1 ที่ดิน และการปรับปรุงที่ดินต่างๆ เช่น การถมที่
- 1.1.2 ตัวอาคาร และสิ่งก่อสร้างต่างๆ
- 1.1.3 เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ
- 1.1.4 ของใช้สิ้นเปลืองต่างๆ เช่น เครื่องใช้ในสำนักงาน
- 1.1.5 ยานพาหนะต่างๆ

1.2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ได้แก่

- 1.2.1 เงินเดือนผู้บริหาร และพนักงานก่อนการดำเนินงาน
- 1.2.2 ค่าเดินทางติดต่อ
- 1.2.3 ค่าเช่าต่างๆ

1.2.4 ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตตั้งบริษัท

1.2.5 ค่าใช้จ่ายในการติดต่อขอกู้เงินจากแหล่งเงินทุน

1.2.6 ค่าฝึกอบรมพนักงานก่อนการดำเนินงาน

1.2.7 ค่าดอกเบี้ยเงินกู้ก่อนเริ่มโครงการ

2. ส่วนที่เป็นเงินทุนหมุนเวียน

ได้แก่ เงินทุนที่ต้องสำรองไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นภายในระยะเวลาหนึ่ง เช่น 3 เดือน เพื่อไว้ใช้เป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

2.1 วัตถุดิบ

2.2 เงินเดือนพนักงาน ค่าจ้างต่างๆ

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่างๆ

2.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน และอื่นๆ

การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน

การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน หรือ Financial Feasibility Study นั้นเป็นการประเมินว่าธุรกิจจะสามารถอยู่รอด หรือมีความเป็นไปได้ในด้านการเงินหรือไม่ โดยมีส่วนสำคัญที่มักจะถูกนำมาพิจารณา 3 ส่วน คือ

1. เงินทุนที่ต้องการในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือ Start-Up Capital Requirements เป็นเงินทุนที่ธุรกิจต้องการในการก่อสร้าง การสำรองของค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการเริ่มต้นธุรกิจ จนธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ด้วยตัวธุรกิจเอง โดยมากจะสำรองเผื่อไว้ 1 ปี ถึง 2 ปี

2. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือ Start-Up Capital Sources หรือแหล่งที่กิจการจะสามารถหาเงินมาเพื่อเริ่มต้นธุรกิจ เช่น เงินทุนของเจ้าของ เงินกู้ยืมธนาคาร การออกหุ้นกู้ การออกหุ้นสามัญ หรือแม้แต่การยืมเงินญาติ หรือเพื่อน ก็ตาม

3. ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นผู้ลงทุน หรือ Potential Returns for Investors ส่วนใหญ่จะพิจารณาจาก ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (Net Present Value) ผลตอบแทนจากเงินลงทุน (Return on Investment) ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) และผลตอบแทนปัจจุบันของโครงการ (Internal Rate of Return) เพื่อพิจารณาประกอบกันในการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2545 : 94) ระบุว่า จุดประสงค์สำคัญในการศึกษาด้านการเงิน คือ ต้องการทราบว่าโครงการลงทุนมีความเหมาะสมด้านการเงินอย่างไร (Financial Viable) โดยพิจารณาจากผลตอบแทนการลงทุนว่าเป็นอย่างไร ผลการดำเนินงาน

สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาที่ปี ฯลฯ ในเรื่องนี้โดยทั่วไป จะมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน 3 ประการ ด้วยกัน คือ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
2. อัตราผลตอบแทนการลงทุน
3. ระยะเวลาคืนทุน

วิธีที่ 1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (Net Present Value) เป็นการคำนวณหาปริมาณเงินตอบแทนที่ได้จากการลงทุนในโครงการในปัจจุบัน หลังหักเงินลงทุนเริ่มต้นแล้ว หรือก็คือการนำเงินลงทุนเริ่มต้นตั้ง ลบด้วยกระแสเงินสดที่ถูกทำให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยใช้ต้นทุนทางการเงิน หรือผลตอบแทนที่ต้องการเป็นอัตราคิดลดในสมการ

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - CF_0$$

ซึ่งผลที่ได้ถ้าได้ค่าที่มากกว่าศูนย์ จะหมายถึงโครงการให้ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนที่ลงไป หรือมากกว่าผลตอบแทนที่คาดหวัง แล้วแต่กรณีว่าใช้ค่าใดเป็นอัตราคิดลด จะทำให้รู้ว่าการลงทุนในโครงการดังกล่าวคุ้มค่าในการลงทุน แต่ถ้าค่าที่ได้น้อยกว่าศูนย์ จะหมายถึงโครงการให้ผลตอบแทนต่ำกว่าต้นทุน หรือผลตอบแทนที่คาดหวัง ซึ่งไม่ควรจะนำเงินไปลงทุนในโครงการดังกล่าว

เกณฑ์การตัดสินใจ ในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ หรือมากกว่า จะรับโครงการลงทุนนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือจะรับโครงการลงทุนที่มีมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับ เท่ากับหรือมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบ แสดงว่าโครงการนั้นไม่คุ้มค่ากับการลงทุน (จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2545 : 95)

วิธีที่ 2 ผลตอบแทนปัจจุบันของโครงการ (Internal Rate of Return) เป็นการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับการลงทุน ซึ่งใช้วิธีการคำนวณคล้ายกับการคำนวณ NPV แต่ต้องกำหนดให้ค่า NPV เท่ากับศูนย์ในสมการ เนื่องจากผลของ IRR จะเป็นอัตราคิดลดที่ทำให้ค่า NPV เท่ากับศูนย์

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - CF_0$$

ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ถ้าค่า IRR มากกว่าต้นทุนของโครงการ หรือผลตอบแทนที่ต้องการ ก็สามารถพิจารณาลงทุนในโครงการดังกล่าวได้ แต่ถ้าค่า IRR ได้น้อยกว่าต้นทุน หรือผลตอบแทนที่ต้องการ ก็ไม่ควรดำเนินการลงทุนในโครงการนั้น

เกณฑ์การตัดสินใจ จากอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คำนวณได้ ให้นำไปเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ธุรกิจจะยอมรับการลงทุนได้ หรืออัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ถ้าอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คำนวณได้สูงกว่า ถือเป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เช่น ควรจะสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของบริษัทเงินทุน หรือสถาบันการเงินต่างๆ หรือสูงกว่า หรือเท่ากับอัตราผลตอบแทนการลงทุนตามที่กฎหมายกำหนดไว้ (จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2545 : 95)

วิธีที่ 3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เป็นการคำนวณหาระยะเวลาที่ต้องใช้ไปในการที่จะสามารถคืนเงินลงทุนที่ได้ลงทุนไปในช่วงเริ่มต้นโครงการ ซึ่งคำนวณจากนำกระแสเงินสดไหลเข้าในแต่ละปี มาหักล้างกับเงินลงทุนเริ่มต้น และจุดที่กระแสเงินสดไหลเข้ามาหักล้างเงินต้นจนเป็นศูนย์ จะเป็นจุด หรือระยะเวลาที่โครงการใช้ไปในการคืนทุน ดังนี้

ตารางที่ 5 การคำนวณระยะเวลาคืนทุน

ระยะเวลา (ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0	-4,000,000	-4,000,000
1	+2,000,000	-2,000,000
2	+2,000,000	0 (จุดคืนทุน)
3	+2,000,000	+2,000,000

การทราบระยะเวลาคืนทุน จะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่จะลงทุน หรือในอุตสาหกรรมซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นเร็วมาก ระยะเวลาคืนทุนไม่ได้เป็นตัววัดความสามารถในการสร้างกำไรของโครงการ แต่จะชี้ให้เห็นสภาพคล่องของโครงการเท่านั้น (จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2545 : 99)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทรงศิริ เตชะบุญ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนแฟรนไชส์ร้านคอนวีนีเยนส์โดร์ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนแฟรนไชส์ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บประวัติยอดขายของ

ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่นในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 20 สาขา ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535 ถึงปีพ.ศ. 2539 โดยแบ่งเป็น เขต 3 เขตที่ 1 เป็นสาขาที่เปิดบริการในตำบลสุเทพ ตำบลช้างเผือก ตำบลศรีภูมิ ตำบลพระสิงห์และตำบลป่าตัน เขตที่ 2 เป็นสาขาที่เปิดบริการในตำบลหายยา ตำบลช้างคลาน และตำบลช้างม้อย และเขตที่ 3 เป็นสาขาที่เปิดบริการในตำบลวัดเกต ตำบลหนองป่าครั่ง ตำบลหนองหอย และอำเภออื่นๆ นอกจากอำเภอเมือง โดยนำประวัติยอดขายมาพยากรณ์ ยอดขายในอนาคต 10 ปีข้างหน้าตามอายุสัญญาแฟรนไชส์ ระหว่างปีพ.ศ. 2540 ถึงปีพ.ศ. 2549 โดยใช้วิธีถดถอยเส้นตรงอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) จากนั้นทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน โดยคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (B/C Ratio) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ระยะเวลาคืนทุน และวิเคราะห์ความไวตัวในแต่ละเขต ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่า ในเขตที่ 1 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 1.18 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 30.28 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 2,780,000 บาท และระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 3 เดือน ในเขตที่ 2 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 1.05 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 19.01 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 694,000 บาท และระยะเวลาคืนทุน 8 ปี 5 เดือน ส่วนในเขตที่ 3 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (B/C Ratio) มีค่าเท่ากับ 0.88 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 4.93 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) -1,658,000 บาท และต้องใช้ระยะเวลาคืนทุน 11 ปี จึงจะสามารถคืนทุนได้ การวิเคราะห์ความไวตัวของการลงทุนพบว่า เขตที่ 1 สามารถเพิ่มค่าใช้จ่ายได้ถึง ร้อยละ 40.92 เขตที่ 2 สามารถเพิ่มค่าใช้จ่ายได้ถึง ร้อยละ 10.22 ส่วนเขตที่ 3 ไม่เหมาะกับการลงทุน

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในการลงทุนทำแฟรนไชส์ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น เขตที่เหมาะสมกับการลงทุนที่สุด ได้แก่ เขตที่ 1 ส่วนเขตที่ 2 สามารถลงทุนได้แต่ความเสี่ยงค่อนข้างสูง สำหรับเขตที่ 3 ไม่เหมาะกับการลงทุน

อานนท์ อนันต์เกียรติกุล (2555) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษา และวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้จริงของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาของโรงเรียนภาษา และวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ รู้จักโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต จากเพื่อนบอก เหตุผลที่เลือกเรียนเพราะเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

การศึกษา พบว่า ระดับความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าระดับการรับรู้จริงโดยรวมและระดับความคาดหวังต่อการศึกษาที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขารังสิต ที่อาจเป็นระดับความสำคัญในการดำเนินการพัฒนานั้นผู้ใช้บริการมี

ความคาดหวังด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ

เสาวลักษณ์ สังขบุตร (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนในระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง ในด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16-20 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ระดับภาษาญี่ปุ่นที่เรียนปัจจุบันอยู่ในระดับต้น 1 ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการสอนภาษาจากการแนะนำจากญาติ/เพื่อน/ครู เหตุผลในการเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่น เพื่อการสนทนาทั่วไป และมีความตั้งใจที่จะเรียนภาษาญี่ปุ่นที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) จนถึงระดับสูง

การศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์

วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์นี้ จะการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการศึกษาด้านการตลาด
2. ทำการศึกษาด้านวิศวกรรม
3. ทำการศึกษาด้านการบริหาร
4. ทำการศึกษาด้านการเงิน

การกำหนดข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่น ในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์ ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะได้อาจจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยติดต่อขอข้อมูลจากผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารสถาบันสอนภาษา ข้อมูลที่ได้รับนั้นสามารถนำมาใช้ในการประมาณต้นทุน, ค่าใช้จ่ายและรายได้เพื่อใช้ในการคำนวณผลตอบแทนการลงทุน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ งานวิจัย รายงาน บทความ รวมถึงข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดดำเนินการธุรกิจ สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในครั้งนี้ เช่น อัตราประชากรในพื้นที่ สถิติผู้เรียนภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

ขั้นตอนในการศึกษา

จากกรอบการศึกษาความเป็นไปโครงการ ผู้ศึกษาได้ทำการสรุปโครงสร้างในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ดังนี้

1. ส่วนที่เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 การศึกษาด้านการตลาด
 - 1.2 การศึกษาด้านวิศวกรรม

- 1.3 การศึกษาด้านการบริหาร
- 1.4 การศึกษาด้านการเงิน
2. ส่วนที่เป็นการศึกษาวิเคราะห์ ได้แก่
 - 2.1 การศึกษาด้านการตลาด
 - 2.1.1 ลักษณะทางอุตสาหกรรม
 - 2.1.2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
 - 2.1.3 ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ
 - 2.1.4 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น
 - 2.1.5 กลยุทธ์ทางการตลาด
 - STP : Segmentation, Targeting, and Positioning
 - 7Ps : Product, Price, Place, Promotion, People, Physical

Evidence and Process

- 2.2 การศึกษาด้านวิศวกรรม
 - 2.2.1 สถานที่ตั้ง
 - 2.2.2 การออกแบบ
 - 2.2.3 ผังบริเวณ
- 2.3 การศึกษาด้านการบริหารจัดการ
 - 2.3.1 แผนการดำเนินงาน
- 2.4 การศึกษาด้านการเงิน
 - 2.4.1 เงินทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน
 - 2.4.2 สมมติฐานทางการเงิน
 - 2.4.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน
 - 2.4.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง
 - 2.4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่างๆ และจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ และในเชิงปริมาณ ตามหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วนำเสนอข้อมูลตามรูปแบบขั้นตอนในการศึกษาข้างต้น

การวัดผล

นำผลการวัดความคุ้มค่าของการลงทุนมาตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือไม่ จากวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ โดยใช้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
2. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio : BCR)
3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำผลการสรุปจากข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับจากการรวบรวมศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการจัดตั้งข้อสมมติฐาน เพื่อกำหนดรูปแบบและขนาดของโรงเรียนกวดวิชาที่เหมาะสม รวมทั้งการวางแผนด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร และด้านการเงิน

นิปปอน ฟาสต์ เป็นธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ให้บริการด้านการสอนภาษาญี่ปุ่น ตั้งแต่บทเรียนระดับต้นสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐาน ภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการท่องเที่ยว ไปจนถึงระดับสูงตามความต้องการของผู้เรียน โดยสถาบันตั้งอยู่ในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

การศึกษาด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาดของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ จะเป็นการศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดและแผนทางการตลาดต่างๆ เพื่อนำมาสู่การพิจารณาความต้องการบริการว่ามีมากน้อยเพียงใด คู่แข่งขันในตลาด ราคาจัดจำหน่าย รูปแบบส่วนผสมทางการตลาด แผนการประชาสัมพันธ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดโดยเริ่มจากการศึกษาวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมลักษณะภายในอุตสาหกรรมเพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิภาพทางการแข่งขันในตลาดต่อไป

การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ (General Environment)

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ มีความสำคัญอย่างมากต่อการพิจารณาการลงทุนในการดำเนินธุรกิจซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดโอกาส และอุปสรรค มีผลทำให้เกิดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ และทำให้ธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจสถาบันสอนภาษารวมทั้งการวางแผนกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของธุรกิจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น การสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปโดยของธุรกิจจะใช้การวิเคราะห์ STEP Analysis ซึ่งแบ่งการศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย

สภาพแวดล้อมด้านสังคม (S : Social)

สังคมไทยในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก เนื่องจากการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็วของภาคเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ฯลฯ ทำให้เกิดการแข่งขันขึ้นในทุกๆ ด้าน ไม่เว้นแม้แต่ภาคการศึกษาก่อให้เกิดเป็นค่านิยมทางการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่านิยมในการเรียนภาษาที่สามเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในการทำงาน และพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อขีดหน้าชูตาในสังคม เนื่องจากภาษาอังกฤษได้กลายเป็นทักษะพื้นฐานที่คนส่วนใหญ่พึงมีไปเสียแล้ว อีกทั้งการเปิดประชาคมอาเซียน หรือ AEC ทำให้ภาษาเป็นทักษะสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นให้แก่ตัวบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ศิลปะและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากยิ่งขึ้น อาหารญี่ปุ่น เพลงญี่ปุ่น การ์ตูนญี่ปุ่น เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนไทย ทำให้มีนักเรียน นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ให้ความสนใจศึกษาภาษาญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากสภาพดังกล่าวเป็นผลดีต่อการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (T : Technology)

การพัฒนาและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การรับรู้ของประชากรไม่ได้ถูกขีดเส้นกำหนดไว้ได้อีกต่อไป ทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร การคมนาคม เป็นต้น จนกล่าวได้ว่าวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมือง ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินธุรกิจ หรือแม้กระทั่งในวงการการศึกษาที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีในรูปแบบของสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เกิดเป็นระบบ e-Learning ซึ่งเป็นการนำไอทีไปใช้ในการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการเรียนการสอน ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การนำมัลติมีเดียมาใช้เป็นสื่อการสอนของครู อาจารย์ให้นักเรียนเรียนรู้ค้นคว้าด้วยตนเอง ด้วยการเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การนำไอทีมาใช้ในการเรียนการสอนของ e-Learning ในยุคปัจจุบัน เป็นการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทั้งที่เป็นเครื่องเดียวเรียกว่า Stand-Alone หรือการเรียนผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงสู่อินเทอร์เน็ต เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งที่ผ่านมาเราใช้สื่อการเรียนการสอนในรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia) ใช้ในการนำเสนอลงบนแผ่นซีดี-รอมโดยใช้ Authoring Tool ทั้งภาพและเสียงเพื่อเกิดการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ให้กับผู้เรียน ซึ่งสื่อเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ปัญหาที่ประสพก็คือ เนื้อหาที่มีอยู่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้เรียน นอกจากนี้ยังมีการละเมิดลิขสิทธิ์ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถพัฒนาสื่อได้อย่างมีคุณภาพ และยังขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ทำให้เกิดการเรียนการสอนผ่านทางสไกป์ในลักษณะของ VDO Conference ที่แม้ผู้เรียนกับผู้สอนจะอยู่ห่างไกลกันคนละประเทศก็สามารถสื่อสารกันได้แบบ Real Time และสามารถประหยัดเวลาในการเดินทางได้ แต่การเรียนการสอนลักษณะนี้ยังมีอุปสรรคอยู่ที่ทั้งสองฝ่ายต้องมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เสถียรแล้ว จึง

จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีบทเรียนออนไลน์จำนวนมากสำหรับศึกษาด้วยตนเอง เช่น บทเรียนตามเว็บไซต์ หรือในเฟสบุ๊คต่าง ๆ แต่ภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาที่มีความสลับซับซ้อน ทั้งในด้านไวยากรณ์ และตัวอักษร (ฮิรางานะ คาตากานะ และ คันจิ) ทำให้การศึกษภาษาญี่ปุ่นมีความยากลำบากหากศึกษาด้วยตนเองจะไม่ได้ประสิทธิภาพนัก

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (E : Economic)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้เรียนภาษาต่างชาติเพื่อพัฒนาทักษะ จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 432,000 คน ในปี 2555 เป็น 746,500 คน ในปี 2558 โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้เรียนเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี และมูลค่าตลาดสถาบันสอนภาษาต่างชาติเพื่อพัฒนาทักษะจะเพิ่มขึ้นจาก 6,044 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 11,023 ล้านบาท ในปี 2558 โดยมีอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี แบ่งเป็นมูลค่าตลาดสถาบันสอนภาษาต่างชาติขนาดใหญ่ 3,441 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดเฉลี่ยร้อยละ 34 ต่อปี และมูลค่าตลาดสถาบันสอนภาษาต่างชาติขนาดกลางและเล็ก 7,582 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจต่อธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนั้นค่อนข้างมาก เนื่องจากการเป็นพันธมิตรและศักยภาพของตัวบุคคลที่มีใช้ความจำเป็นเร่งด่วน มีตัวแปรด้านความต้องการของตลาดแรงงาน หรือความชอบส่วนบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง นักวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจมองว่าตัวแปรที่สำคัญของเศรษฐกิจก็คือราคาน้ำมัน ปัจจุบันราคาน้ำมันได้ลดลงมาเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจกำลังขยายตัวช้า ส่งผลกระทบต่อตลาด ทำให้เกิดการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน รวมทั้งมีความเสี่ยงของการขึ้นอัตราดอกเบี้ย แต่ในทางกลับกันการที่เศรษฐกิจในญี่ปุ่นฝืดเคือง ทำให้รัฐบาลญี่ปุ่นส่งเสริมการดึงดูดเม็ดเงินเข้าประเทศ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งการที่ค่าเงินเยนอ่อนตัวยังเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มมากยิ่งขึ้นเป็นทวีคูณ ส่งผลดีกับสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเนื่องจากจะทำให้มีผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น และทำเลในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์เป็นย่านที่มีผู้อยู่อาศัยฐานะปานกลางจนถึงระดับชั้นดีมาก ทำให้ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจต่อธุรกิจสถาบันสอนภาษาในย่านนี้อาจจะมีไม่มากนัก

สภาพแวดล้อมด้านการเมือง และกฎหมาย (P : Political)

ที่ผ่านมาไทยและญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและราบรื่น ความร่วมมือของทั้งสองประเทศครอบคลุมทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของทั้งสองประเทศมาโดยตลอด ไทยได้มุ่งกระชับความสัมพันธ์และความร่วมมือกับญี่ปุ่นให้พัฒนาไปสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และเศรษฐกิจ (Strategic and economic partnership) อยู่เสมอ ล่าสุดเมื่อวันที่ 3 ก.พ.2558 นายเอโซ โคะบะยะชิ (Eizo Kobayashi)

และนายโทชิยูกิ ชิเกะ (Toshiyuki Shiga) ประธานและประธานร่วมของคณะกรรมการการค้าและเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น ในสัมพันธรัฐกิจญี่ปุ่นได้เข้าพบพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีไทยคนปัจจุบัน โดยนายกรัฐมนตรีแสดงความยินดีที่ได้พบกับภาคเอกชนญี่ปุ่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย โดยเป็นประเทศที่ลงทุนในไทยเป็นอันดับ 1 และเป็นคู่ค้าอันดับ 2 พร้อมย้ำว่าไทยให้ความสำคัญกับนักลงทุนญี่ปุ่นมาโดยตลอด และมีความซาบซึ้งใจที่ไม่ว่าไทยจะประสบปัญหาใดๆ ก็ตาม ญี่ปุ่นก็ยังคงลงทุนในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งภาคเอกชนญี่ปุ่นมีความเชื่อมั่นต่อเสถียรภาพการเมืองไทย และยืนยันว่าจะไม่ย้ายฐานการผลิตและการลงทุนในไทย และได้กล่าวถึงปัจจัยที่ญี่ปุ่นยังลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่องคือ เสถียรภาพทางการเมือง ระบบสาธารณูปโภค และความไว้วางใจที่ทั้งสองประเทศมีให้กัน

สิ่งเหล่านี้ทำให้สามารถมีความมั่นใจในความสัมพันธ์ระหว่างไทย-ญี่ปุ่นว่าจะยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมาตรการยกเว้นวีซ่าเข้าประเทศให้กับนักท่องเที่ยวไทยที่ต้องการเดินทางเข้าญี่ปุ่นเพื่อพำนักระยะสั้นไม่เกิน 15 วัน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 เป็นต้นมา ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวไทยหลังไหลเดินทางไปญี่ปุ่นจำนวนมาก ภาษาญี่ปุ่นจึงยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment)

การศึกษาสภาวะการแข่งขันของธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์ โดยใช้ Five Forces Model ของพอร์เตอร์ ในการพิจารณาการแข่งขันในธุรกิจซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากจะก่อให้เกิดอิทธิพลของราคาต้นทุน กลยุทธ์ในการดำเนินงานและความต้องการในการลงทุนในอุตสาหกรรม โดยแบ่งกรอบการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ด้าน คือ

ความเสี่ยงจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่ (The Threat of New Entrants)

จากการที่สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ส่วนมากจะอยู่ในบริเวณ ปิ่นเกล้า และบางแค ส่วนทางฝั่งธนบุรี จะอยู่ในย่านนางวงศ์วาน แคราย ซึ่งมีสภาพการจราจรที่แออัดมากทำให้ต้องเผื่อเวลาในการเดินทางเป็นเวลานาน และจำนวนนักเรียนต่อห้องมีจำนวนมาก นับได้ว่าเป็นโอกาสอันดีของคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ในขณะที่หากธุรกิจได้รับการยอมรับในตลาดก็จะสามารถทำกำไรได้เช่นกัน แต่ทั้งนี้การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายเท่าใดนัก เนื่องจากบุคลากรครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถ และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้นักเรียนสามารถเข้าใจได้ง่าย มีอยู่จำนวนจำกัด ทำให้เป็นปัญหาของกิจการในการค้นหาบุคลากรครูเหล่านั้น รวมถึงการพัฒนาการเรียนการสอนให้เกิดการยอมรับในหมู่นักเรียน และบอกต่อกันต่อไป ดังนั้นธุรกิจประเภทนี้จึงต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ตัวเอง ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักในกลุ่ม

นักเรียน ซึ่งเป็นความสำเร็จที่ต้องรอคอย อีกทั้งยังต้องคอยสร้างจุดเด่นให้กับสถาบัน ด้านสื่อการเรียนการสอน และวิธีการสื่อสาร การถ่ายทอดความรู้ให้น่าสนใจอยู่เสมอเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ต่อไปได้ในอนาคต

อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

Suppliers ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจสถาบันสอนภาษา ได้แก่ บุคลากรครูผู้ทำหน้าที่ในการให้ความรู้ด้านวิชาการแก่นักเรียน ทั้งนี้พบว่า จำนวนครูที่มีทั้งความรู้ความสามารถด้านวิชาการและความสามารถในการถ่ายทอดให้นักเรียนเกิดความรู้ความเข้าใจ และสนุกกับการเรียนการสอนในห้องเรียนมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งสวนทางกับความต้องการที่มีอยู่ในตลาด และเนื่องจากเป็นโรงเรียนสอนภาษาจึงจำเป็นต้องมีครูผู้สอนที่เป็นเจ้าของภาษาด้วย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของบุคลากรครูเหล่านี้จึงอยู่ในระดับสูง

อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (The Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากธุรกิจสถาบันสอนภาษาเป็นธุรกิจที่การบอกต่อกันในหมู่นักเรียนมีความสำคัญมาก ดังนั้นธุรกิจสถาบันสอนภาษาจำเป็นต้องใช้เทคนิค และกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านต่างๆ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการเรียนการสอนของโรงเรียนให้มีคุณภาพเพื่อให้เกิดการยอมรับในหมู่นักเรียน อีกทั้ง Switching Cost ค่อนข้างต่ำ หากการเรียนการสอนของสถาบันไม่สามารถเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้เรียนได้ ก็อาจส่งผลให้นักเรียนย้ายไปเรียนกับสถาบันอื่นได้ง่าย ดังนั้นในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจผู้ซื้อหรือนักเรียนจึงมีอำนาจการต่อรองอยู่ในระดับที่สูง ในทางตรงข้ามสถาบันใดที่เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในหมู่นักเรียนแล้ว อำนาจการต่อรองของนักเรียนเหล่านี้ก็จะลดต่ำลง

ความเสี่ยงจากสินค้า หรือบริการทดแทน (The Threat of Substitute Products and Services)

สำหรับสินค้าทดแทนของธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่มีบทบาท และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักเรียนให้ความสนใจ ได้แก่ การเรียนกับผู้สอนอิสระที่ส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ที่สอนภายในโรงเรียนมัธยมหรือมหาวิทยาลัย ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งผู้ที่เคยเดินทางไปศึกษาต่อ ณ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการเรียนการสอนรูปแบบนี้มีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจสถาบันสอนภาษาเนื่องจากมีความยืดหยุ่นทั้งด้านหลักสูตร เวลาในการเรียนการสอนและสถานที่ ดังนั้นหากแนวโน้มและความนิยมในการเรียนของผู้เรียนในกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สถาบันสอนภาษาต่างๆ อาจจะต้องมีการปรับปรุงรูปแบบ และกลยุทธ์ในการเรียนการสอนกันอย่างหนักให้สนองต่อความต้องการของกลุ่มนักเรียน เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งตลาดและเพื่อการอยู่รอดต่อไปในอนาคต

ความเข้มข้นของสภาพการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรม (The Intensity of Rivalry between Competitors)

สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ ตั้งอยู่ที่อาคารพาณิชย์สามชั้นครึ่งย่านวงเวียนพระราม 5 ติดกับ ถนนราชพฤกษ์ จากการสำรวจคู่แข่งในอุตสาหกรรมพบว่าบริเวณถนนราชพฤกษ์ ย่านใกล้เคียงวงเวียนพระราม 5 มีสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นอยู่เพียงแห่งเดียว ซึ่งตั้งอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรที่ห่างจากถนนหลัก คือ บ้านเพลินภาษา แต่สถาบันที่เป็นคู่แข่งที่น่าจับตา คือ สถาบันใหญ่ที่มีหลายสาขาอยู่ตามย่านศูนย์กลางกรุงเทพฯ มากกว่า

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่เป็นคู่แข่งทางการค้า

ชื่อสถาบัน	รายละเอียด
บ้านเพลินภาษา	ราคาถูก เป็นกิจการในครัวเรือน อยู่ในหมู่บ้านเดินทางลำบาก เน้นคอร์สเรียนสำหรับเด็กและมีการเปิดให้เช่าห้องพักเป็น Service Apartment อยู่ร่วมกัน
โรงเรียนสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซตะ	มีชื่อเสียงและเป็นสถาบันร่วมทุนกับมหาวิทยาลัยจากญี่ปุ่นโดยตรง ราคาสูง การเรียนการสอนเข้มข้น ดำเนินการสอนโดยครูเจ้าของภาษาที่มีคุณวุฒิด้านการสอนภาษาญี่ปุ่น สาขาอยู่สี่ลมซึ่งไกลจากนิปปอน ฟาสต์
โรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นไมนิจิ	มีชื่อเสียง ราคาสูง เรียนกับเจ้าของภาษาทุกคอร์ส เน้นการส่งนักเรียนไปศึกษา ณ ประเทศญี่ปุ่นทั้งระยะสั้นและระยะยาว สาขาอยู่สยามซึ่งไกลจากนิปปอน ฟาสต์

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจและการศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม พบว่า ธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เนื่องจากความต้องการเรียนภาษาญี่ปุ่นมีมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาลักษณะให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเรียนของนักเรียน การพัฒนาตัวบุคลากรครูผู้สอนให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย และเป็นกันเอง โดยลักษณะและรูปแบบการเรียนการสอนที่มีการยอมรับ และผู้เรียนให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ การสร้างความสนุกสนานในการเรียน (Edutainment) และการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรครูผู้สอนและนักเรียนเพื่อนักเรียนสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ชักถามได้ตลอดเวลา และสำหรับสถาบันสอนภาษาการมีเกร็ดความรู้ทางวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาเพิ่มเติมนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ได้รับความสนใจจากผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงการปรับปรุงภาพลักษณ์ของสถาบันให้มีความทันสมัย เพื่อดึงดูดและสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ที่ดีของนักเรียนที่มาเรียน

สำหรับสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในแถบ ถนนราชพฤกษ์ตั้งแต่นวนวงเวียนพระราม 5 จนถึงช่วงติดกับถนนเพชรเกษมนั้น แม้จะมีคอมมูนิตี้มอลล์ และห้างสรรพสินค้าเปิดใหม่จำนวน

มากแต่ก็ยังมียังมีเพียงสถาบันสอนภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเท่านั้น ทำให้การแข่งขันที่มีอยู่จึงไม่สูงมากนัก การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่ชัดเจน จะทำให้เอื้อต่อการลงทุนเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นแห่งใหม่ เนื่องจากนักเรียนในโรงเรียนสอนภาษายานบินเกล้าและบางแค มีจำนวนไม่น้อยที่มีที่พักอาศัยอยู่ย่าน ถนนบรมราชชนนี และถนนราชพฤกษ์ สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การเพ้นหาบุคลากรการสอนที่มีคุณภาพ และสามารถถ่ายทอดการสอนได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการโฆษณา และประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับ และบอกต่อในหมู่นักเรียนให้ได้ เพื่อการเติบโต และอยู่รอดในตลาดได้ต่อไป

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ผู้บริหารรักในธุรกิจทางการศึกษาและภาษาญี่ปุ่น
2. มีอาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญ เป็นเจ้าของภาษา
3. มีหลักสูตร และเนื้อหาในการสอนที่สถาบันพัฒนาเอง เพื่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น
4. ให้ความสำคัญกับการประเมินผลการเรียนของผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนมีการประเมินผลการสอนของครูผู้สอนด้วย เพื่อปรับปรุงรูปแบบการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
5. มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้แก่ผู้เรียนเพื่อเพิ่มความสุขสนาน และกระชับความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้เรียน ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ของสถาบัน
6. สถาบันมีขนาดเล็กควบคุมด้านคุณภาพได้ดี มีความยืดหยุ่นสูง
7. มีจำนวนนักเรียนต่อหนึ่งห้องที่เหมาะสมในแต่ละรูปแบบการสอน
8. ทำเล ที่ตั้ง เดินทางสะดวกต่อผู้พักอาศัยในย่านนั้นและอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า ผู้ปกครองสามารถมาส่งบุตรหลานและ
9. จัดทำเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค แพนเพจ ให้ผู้เรียนหรือผู้ปกครองสามารถดูข้อมูล ตลอดจนปรึกษาปัญหาได้ตลอดเวลา

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เป็นสถาบันเปิดใหม่ยังไม่มีชื่อเสียง และยังไม่เป็นที่รู้จัก
2. ยังไม่มีฐานลูกค้ารองรับ เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีเงินทุนที่จะใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยกว่าสถาบันสอนภาษาขนาดใหญ่
3. เป็นสถาบันใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเพ้นหาบุคลากรครูผู้สอนที่มีความสามารถ ซึ่งเป็นการยาก อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเพื่อให้การเรียนการสอนเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับวิสัยทัศน์ พันธกิจและวัตถุประสงค์ของโรงเรียนกวดวิชาที่ได้ตั้งไว้

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ธุรกิจประเภทนี้ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และแนวโน้มความต้องการยังมีสูงมากอย่างต่อเนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจสังคม และการทำงานในปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันสูง สร้างความตื่นตัวในกลุ่มผู้เรียนในการเรียนภาษามากขึ้น
2. กระแสความนิยมของการเรียนภาษาญี่ปุ่นยังคงมีอย่างต่อเนื่อง เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับการยกเว้นวีซ่าจากญี่ปุ่น ทำให้คนไทยสามารถไปท่องเที่ยวญี่ปุ่นได้ง่ายและบ่อยขึ้น
3. สถาบันสอนภาษาเป็นธุรกิจที่ได้รับการยกเว้นภาษี เพราะจดทะเบียนเป็นธุรกิจที่ให้บริการทางการศึกษา

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. แม้จะมีความต้องการเหลืออยู่มากในตลาด และเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในการลงทุน สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นรายใหญ่ที่มีชื่อเสียงมานานมีการพัฒนาวิชาและผู้สอนให้มีความหลากหลาย และมีเทคนิคต่างๆ มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน อิทธิพลการบอกต่อกันในหมู่ผู้เรียนมีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนอย่างมาก
2. การเข้ามาดำเนินธุรกิจของสถาบันภาษาของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น เช่น การเปิดคอร์สอบรมระยะสั้นของมหาวิทยาลัยต่างๆ
3. การแข่งขันสูง และคู่แข่งมีศักยภาพทางการแข่งขัน

การใช้ TOWS Matrix ในการวางกลยุทธ์องค์กร

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส เรียบร้อยแล้ว ก็จะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix

ตารางที่ 7 กลยุทธ์เชิงรุก SO Strategy

Strength (S)	Opportunity (O)	SO Strategy
1. มีหลักสูตร และเนื้อหาในการสอนที่สถาบันพัฒนาเอง 2. สถาบันมีขนาดเล็กควบคุมด้านคุณภาพได้ดี มีความยืดหยุ่นสูง 3. ทำเล ที่ตั้ง เดินทางสะดวกต่อผู้พักอาศัยในย่านนั้น 4. ประเมินผลการเรียนของผู้เรียน และผลการสอนของครูผู้สอนอย่างสม่ำเสมอ	1. แนวโน้มความต้องการยังมีสูงมากอย่างต่อเนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจสังคม และการทำงานในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง 2. กระแสความนิยมการเรียนภาษาญี่ปุ่นยังคงมีอย่างต่อเนื่อง	1. สถาบันมีหลักสูตรที่หลากหลายให้เลือกเรียน เช่น หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นเพื่อการทำงาน โดยเน้นทักษะในการใช้ภาษา และมีคอร์สส่วนตัวที่ผู้เรียนสามารถระบุตารางเวลาเรียนเองได้

ตารางที่ 8 กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST Strategy

Strength (S)	(Threats) (T)	ST Strategy
1. มีหลักสูตร และเนื้อหาในการสอนที่สถาบันพัฒนาเอง 2. สถาบันมีขนาดเล็กควบคุมด้านคุณภาพได้ดี มีความยืดหยุ่นสูง 3. ทำเล ที่ตั้ง เดินทางสะดวกต่อผู้พักอาศัยในย่านนั้น	1. สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นรายใหญ่มีการพัฒนาวิชาและครูสอนให้มีความหลากหลาย และมีเทคนิคต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน 2. การเข้ามาดำเนินธุรกิจของสถาบันภาษาของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น	1. มีการปรับปรุงสื่อการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ เช่น การเรียนภาษาญี่ปุ่นจากชาวที่ได้รับความสนใจ หรือจากเพลงที่กำลังได้รับความนิยม

ตารางที่ 9 กลยุทธ์เชิงรับ WT Strategy

Weakness (W)	Threats (T)	WT Strategy
1. เป็นสถาบันเปิดใหม่ยังไม่มีชื่อเสียง และยังไม่เป็นที่รู้จัก 2. เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีเงินทุนที่จะใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยกว่าสถาบันสอนภาษาขนาดใหญ่ 3. การเพิกเฉยบุคลากรครูผู้สอนที่มีความสามารถ ซึ่งเป็นการยาก	1. สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นรายใหญ่มีการพัฒนาวิชาและครูสอนให้มีความหลากหลาย และมีเทคนิคต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน 2. การเข้ามาดำเนินธุรกิจของสถาบันภาษาของหน่วยงานภาครัฐ 3. คู่แข่งมีศักยภาพทางการแข่งขัน	1. รักษาฐานลูกค้าเก่าให้คงอยู่ด้วยการใช้ระบบให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก ผู้ที่เคยเรียนกับสถาบัน

ตารางที่ 10 กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO Strategy

Weakness (W)	Opportunity (O)	WO Strategy
1. เป็นสถาบันเปิดใหม่ยังไม่มีชื่อเสียง และยังไม่เป็นที่รู้จัก 2. เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีเงินทุนที่จะใช้ในการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยกว่าสถาบันสอนภาษาขนาดใหญ่ 3. การค้นหาบุคลากรครูผู้สอนที่มีความสามารถ ซึ่งเป็นการยาก	1. แนวโน้มความต้องการยังมีสูงมากอย่างต่อเนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจสังคม และการทำงานในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง 2. กระแสความนิยมการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นยังคงมีอย่างต่อเนื่อง	1. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สถาบันตามงานอีเวนต์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับญี่ปุ่น เพื่อให้สถาบันเป็นที่รู้จักให้เร็วที่สุด 2. ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น เฟสบุ๊ก แฟนเพจ ซึ่งเป็นช่องทางการที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย ในการประชาสัมพันธ์สถาบัน

Segmentation Targeting and Positioning (STP)

ต่อมาคือกลยุทธ์ทางการตลาดหลักๆ ซึ่งได้แก่ การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การเลือกลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) และวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ซึ่งจะเรียกกันโดยย่อว่า STP ซึ่งประกอบไปด้วย

Segmentation เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็นส่วนๆ ที่มีความต้องการหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกันซึ่งอาจทำให้ต้องการส่วนผสมทางการตลาดที่ต่างกันไปด้วย

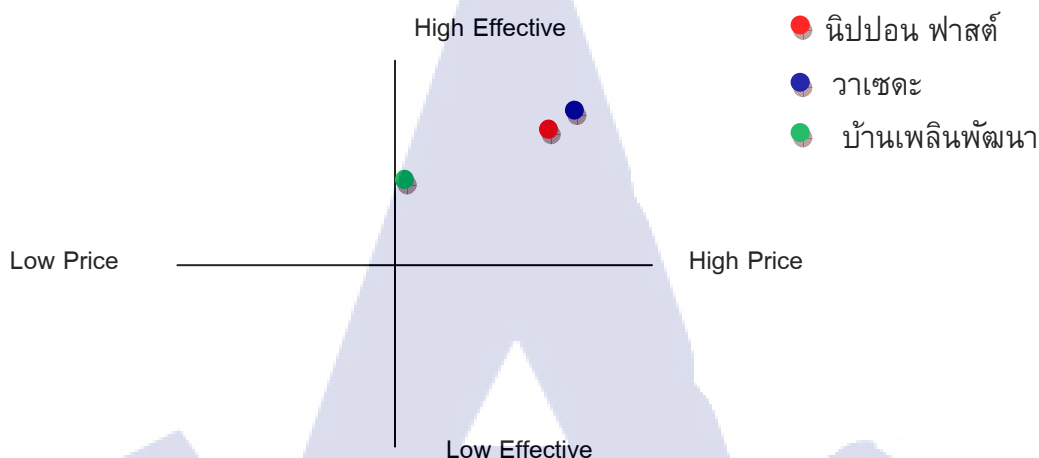
ที่อยู่ของผู้เรียนของสถาบัน คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในย่านใกล้เคียงกับสถาบัน คือ ย่านถนนราชพฤกษ์ ถนนบรมราชชนนี ถนนนครอินทร์ เป็นต้น

อาชีพของลูกค้าเป็นเป็นนักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัท

วัตถุประสงค์ในการเรียน เพื่อสอบแข่งขัน หรือเพื่อเพิ่มทักษะทางด้านภาษา

Targeting กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนิปปอน ฟาสต์ คือ ตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง

Positioning เป็นการจัดวางตำแหน่งของสถาบัน ให้มีภาพที่ชัดเจนและตรงใจของลูกค้าเป้าหมาย เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ โดยที่ **Positioning** จะเป็นตัวสำคัญที่จะกำหนดส่วนผสมทางการตลาดหรือ 7P's ต่อไป ซึ่งสิ่งที่จะทำให้สถาบันนิปปอน ฟาสต์ แตกต่างกับคู่แข่งได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทางส่วนประสมการตลาดใน 7 ด้าน ซึ่งจะแสดงรายละเอียดในขั้นตอนต่อไป สถาบันนิปปอน ฟาสต์ เลือกที่จะวางตำแหน่งตัวเองเป็น “สถาบันภาษาญี่ปุ่น เพื่อการพัฒนาทักษะในทุกด้าน” โดยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งตามผังการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ด้านล่างจะพบว่า เรามีระดับราคาอยู่ในระดับกลาง แต่เน้นคุณภาพในการสอนให้ใช้งานได้จริงครบทุกทักษะในราคาที่ถูกกว่าคู่แข่งเล็กน้อย



รูปที่ 3 Perception Map เปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญ

การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด และกลยุทธ์องค์กร

เนื่องจากสถาบันสอนภาษามีลักษณะพิเศษของการบริการทำให้การสร้างส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มจาก 4Ps เป็น 7Ps

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ นั้นมุ่งเน้นการสอนครอบคลุมทุกทักษะในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น เพราะทุกวันนี้ปัญหาของคนไทยในการทำงานหรือการใช้ชีวิตประจำวัน คือ การเรียนภาษาต่างประเทศแล้วไม่สามารถสื่อสารได้จริงเหตุผลใหญ่ที่สุด คือ คนไทยไม่ได้เรียนในรูปแบบที่ถูกต้องและฝึกซ้อมอย่างเพียงพอ ที่จะเอาไปพูดหรือใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมั่นใจ สถาบันของเราจึงคิดค้นหลักสูตรที่ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวมากที่สุด เพราะเห็นถึงความสำคัญของสื่อสารได้เข้าใจกัน ทั้งการพูด อ่าน เขียนและฟัง คอร์สเฉพาะทาง เช่น ภาษาญี่ปุ่นธุรกิจเพื่อการทำงาน ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการท่องเที่ยว ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสอบวัดระดับ ซึ่งรูปแบบการเรียนในห้องมีจำนวนผู้เรียนที่เหมาะสมไม่เกิน 15 คน โดยสำหรับคอร์สพื้นฐานหากมีผู้ลงทะเบียนไม่ถึง 3 คนต่อคอร์สจะไม่สามารถเปิดเรียนได้ และเรายังมีคอร์สส่วนตัวสำหรับ 1-3 คน ซึ่งผู้เรียนมีอิสระร่วมกันในการคิดหลักสูตรที่ตนเองสนใจ มีการทดสอบความรู้ก่อนสมัครเรียนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อจัดสรรคอร์สเรียนที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ภาษาญี่ปุ่นมาก่อนแล้ว

หลักสูตรเหล่านี้ได้ถูกออกแบบมาเพื่อคนไทยตั้งแต่ยังไม่มีพื้นฐานความรู้ความสามารถในการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น จากระดับขั้นต้นไปจนถึงขั้นกลาง ผู้เรียนจะได้เรียนไวยากรณ์ คำศัพท์ ประโยค และหัวข้อที่คนไทยควรรู้เพื่อที่จะได้พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาญี่ปุ่นต่อไป

นอกจากนี้ในส่วนของบุคลากรครูผู้สอนของโรงเรียนกวดวิชา ยังได้มีการมุ่งเน้นการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรครูที่มีความรู้ความสามารถทั้งในด้านวิชาการและความสามารถในการถ่ายทอดเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจได้ง่าย เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการสอนมาเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในด้านหลักสูตรการเรียนการสอนและเนื้อหาวิชาตรงตามวัตถุประสงค์ในการเรียนแต่ละคอร์ส

ด้านราคา (Price)

สำหรับการพิจารณาการตั้งราคา ได้มีการกำหนดราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด โดยค่าเล่าเรียนมีเริ่มต้นตั้งแต่ 6,900 บาท ไปจนถึง 15,000 บาท ต่อ 40 ชั่วโมงการสอน ทั้งนี้ได้มีการพิจารณาถึงราคาที่กลุ่มเป้าหมายยอมรับได้ในคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ อีกทั้งกิจการสามารถทำกำไรและสามารถแข่งขันในธุรกิจนี้ได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ ใช้วิธีการรับสมัครผ่านหลายช่องทาง (Multichannel) โดยสามารถเลือกได้ตามความเหมาะสมและความต้องการ คือ การสมัครด้วยตัวเองที่สถาบัน การรับจองผ่านทางโทรศัพท์ และการสมัครผ่านทางอินเทอร์เน็ต สำหรับการติดต่อสอบถามและการสืบหาข้อมูล สามารถทำได้โดยการสอบถามจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่สถาบันโดยตรง การสอบถามทางโทรศัพท์ และจากอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์หรือเฟสบุ๊คของทางโรงเรียน นอกจากนี้ยังจะให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางมาเรียนมีบริเวณสำหรับจอดรถรับส่งโดยเฉพาะด้านหน้าสถาบันสำหรับผู้เรียนที่มีรถส่วนตัวมาส่งหรือมาแท็กซี่ และที่จอดรถด้านหลัง ด้านข้างอาคารสำหรับผู้ที่มีรถส่วนตัวเพื่อให้นักเรียนสามารถเดินทางมาเรียนได้สะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายร่วมกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมาก ในการสร้างการรับรู้ ให้นำเชื่อถือ และเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์นั้นต้องอาศัยระยะเวลาในการทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก และสร้างชื่อเสียง ดังนั้นในช่วงปีแรกจึงต้องใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร่วมกับการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ เพื่อที่จะได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาทดลองเรียนในหลักสูตรต่างๆ และเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการเรียนการสอน บุคลากรครูผู้สอน ชื่อเสียงของสถาบันในปีต่อมา สถาบันจะเน้นการเรียนการสอนที่เป็นกันเอง มีทำกิจกรรมด้านวิชาการต่างๆ ร่วมกันระหว่างบุคลากรครูผู้สอนและผู้เรียน มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับ โดยมีเนื้อหา หลักสูตรที่เปิดสอน ครูผู้สอนประจำวิชา ความ

พึงพอใจของผู้เรียนที่เคยเรียนในหลักสูตรต่างๆ ของโรงเรียนมาก่อน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพการเรียนการสอน นอกจากนี้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความสนใจ และเป็นการกระตุ้นยอดขายโดยตรง เช่น การให้ส่วนลดเมื่อลงทะเบียนครบตามเงื่อนไข การให้ส่วนลดในกรณีเป็นศิษย์เก่า การให้ข้อเสนอผ่อนชำระค่าลงทะเบียนตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น โดยสถาบันมีการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดไว้ดังนี้

- แผนพับประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลสถาบัน รูปแบบการเรียนการสอน หลักสูตรที่เปิดสอน และค่าใช้จ่ายในการเรียนแต่ละคอร์ส บุคลากรครูผู้สอน และช่องทางติดต่อกับทางสถาบัน เพื่อแจกให้กับบุคคลที่สนใจ และต่อมาอาจเพิ่มข้อมูลภาพบรรยากาศในการเรียน ความพึงพอใจของผู้เรียนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- จัดทำเว็บไซต์และเฟสบุ๊คของสถาบันเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ได้ตลอดเวลา เช่น ในเฟสบุ๊คชักชวนให้ผู้เรียนหรือผู้สนใจเข้ามาร่วมกิจกรรมตอบคำถามต่างๆ เพื่อให้ส่วนลดหรือ เป็นช่องทางการให้ข้อมูลเมื่อผู้สนใจสามารถชักถามได้แบบเรียลไทม์

ตารางที่ 11 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนิปปอน ฟาสต์

กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด	ประมาณการค่าใช้จ่าย					
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์	5,000	12,000	12,600	13,230	13,891	14,586
ป้ายรายละเอียดการรับสมัคร	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
การจัดทำ Website	15,000	10,000	10,500	11,025	11,575	12,155
ของรางวัลสำหรับผู้ร่วมกิจกรรม	0	10,000	10,500	11,025	11,575	12,155
รวมค่าใช้จ่าย	21,500	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ลักษณะทางกายภาพเป็นกลยุทธ์ในการสร้างบรรยากาศที่ทำให้ผู้เรียนมีความรู้สึกอยากเรียนรู้การสร้าง ความสนุกสนานในสถานที่ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถมีอารมณ์ร่วมไปกับบรรยากาศและสิ่งที่กำลังเรียน ทั้งนี้ในการออกแบบทั้งหมดจะสร้างบรรยากาศให้มีกลิ่นไอของญี่ปุ่น มีการตกแต่งเปลี่ยนไปตามเทศกาลและฤดูกาลที่ญี่ปุ่น เพื่อให้ผู้เรียนมีความพึงพอใจกับ

สถานที่ และชมชั้ววัฒนธรรมญี่ปุ่นไปในตัว มีมุมต่างๆ เพื่อการใช้งานอย่างเต็มที่ มีที่รับรองเพื่อนั่งรอก่อนเข้าเรียนและหลังเลิกเรียน หรือเพื่อนั่งพูดคุยฝึกใช้ภาษาญี่ปุ่นกับเพื่อนหรือครูผู้สอน มุมหนังสือที่จะมีการจัดวางหนังสือเกี่ยวกับวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวญี่ปุ่น ทั้งสะดวก สะอาด และปลอดภัยบรรยากาศของสถาบันมีความอบอุ่นและเป็นกันเอง

ด้านบุคคล (People)

ทางสถาบันจะมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตรงตามตำแหน่งหน้าที่ เช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้บริการอย่างเป็นกันเอง สามารถให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและชัดเจนเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้ารับบริการ สามารถทักทายสนทนาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นกับผู้เรียนและผู้มาติดต่อได้เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้มาติดต่อ และมีครูเจ้าของภาษาเป็นผู้สอนประจำคอร์สที่มีการเน้นทักษะด้านการฟัง-พูด เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อผู้เรียน

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ มีการสอนด้วยครูเจ้าของภาษา และครูชาวไทยผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการสอน พร้อมด้วยอุปกรณ์และสื่อการสอนที่ครบถ้วน มีเอกสารประกอบการเรียนที่เหมาะสมตามเนื้อหาหลักสูตรของแต่ละคอร์สที่ได้มีการกำหนดไว้ นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่และพนักงานแบ่งฝ่ายในการให้บริการอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง ทั้งนี้ในส่วนของจำนวนผู้เรียนในแต่ละห้องเรียนนั้นได้มีการกำหนดไว้ที่ ไม่เกิน 15 คนต่อห้อง เพื่อให้การเรียนการสอนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพตามรูปแบบของการเรียนการสอนโดยใช้ครูผู้สอนโดยตรง มีการจัดการให้ผู้เรียนที่ลงทะเบียนไว้กับสถาบัน สามารถเรียนได้ตามวัน เวลาที่กำหนดโดยมีพนักงานโทรศัพท์แจ้งเตือนก่อนเริ่มเปิดคอร์สวันแรก กำหนดแผนการสอนให้ผู้สอนสามารถสอนได้ครบตามเนื้อหาที่แจ้งไว้ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการศึกษาต่อและข้อมูลการสอบชิงทุนต่างๆ

การศึกษาด้านเทคนิค

สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ เป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา ตั้งอยู่ที่ถนนราชพฤกษ์ ตำบลขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เป็นย่านชุมชน ติดถนนใหญ่กว้างขวาง สถานที่จอดรถสะดวก อยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้าและร้านอาหาร

ขนาดและรูปแบบของสถาบัน

เป็นอาคารพาณิชย์ 2 คูหา ความสูง 4 ชั้นครึ่ง หน้ากว้าง 8 เมตร ความลึก 12 เมตร มีการจัดสรรพื้นที่ของอาคารดังนี้

- ชั้นที่ 1 เป็นส่วนต้อนรับลูกค้า และที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ห้องทำงานผู้จัดการ และโต๊ะพักผ่อนครูผู้สอน ที่นั่งพักผ่อนสำหรับผู้เรียนและผู้ปกครอง
- ชั้นลอย จัดสรรให้เป็นพื้นที่จัดเก็บเอกสารของสถาบัน ตำราเรียน และสื่อการสอน ต่างๆ
- ชั้น 2 และชั้น 3 เป็นห้องเรียน แบ่งเป็นชั้นละ 4 ห้อง รวมเป็น 8 ห้อง ในแต่ละห้อง จำกัดผู้เรียนสูงสุดห้องละ 15 คน
- ชั้น 4 ปล่อยเป็นพื้นที่โล่ง เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต

เวลาในการปฏิบัติงาน

เวลาทำการของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น ฟาสต์ คือ 10.00-20.30 น. ของวันอังคาร-ศุกร์ และ 8.30-18.00 ในวันเสาร์-อาทิตย์ มีวันหยุดสัปดาห์ละ 1 วัน คือ วันจันทร์ และกำหนดให้พนักงานมีวันหยุดพักผ่อนได้ปีละ 6 วัน โดยจะต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนทุกครั้งที่ต้องการลาหยุด

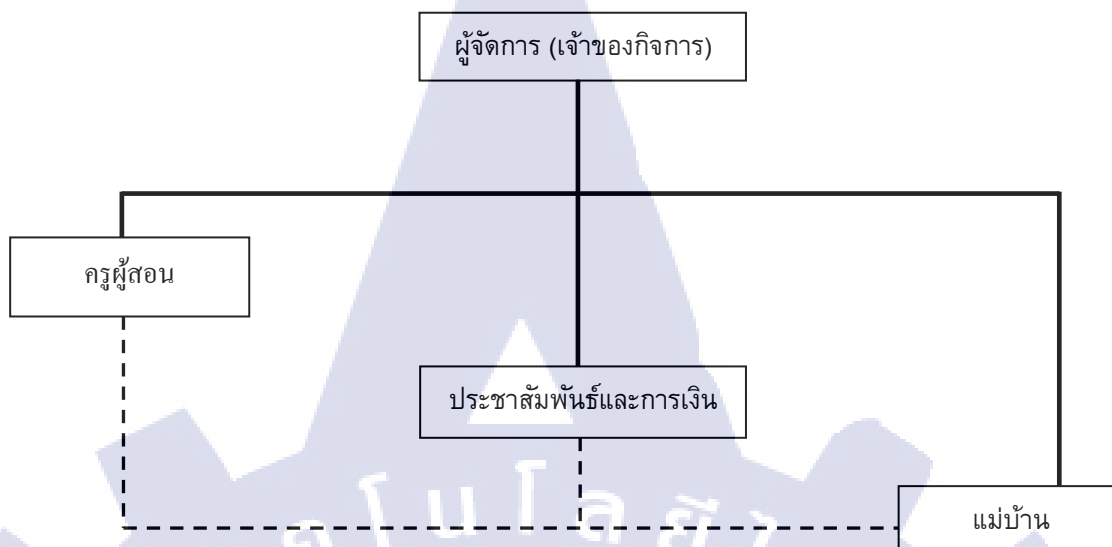
การศึกษาด้านการบริหารจัดการ

รูปแบบขององค์กรและการดำเนินงาน

ในการลงทุนธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนี้ จะดำเนินการในรูปแบบเจ้าของคนเดียว บริหารคนเดียว เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน อีกทั้งไม่จำเป็นต้องมีระเบียบวิธีการทางกฎหมายที่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นกิจการที่มีเจ้าของเป็นบุคคลธรรมดาคนเดียวไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนพาณิชย์ นอกจากนี้เจ้าของยังมีอิสระในการตัดสินใจในนโยบายและการจัดการของสถาบันสอนภาษาได้อย่างรวดเร็ว

โครงสร้างองค์กร หน้าที่ และความรับผิดชอบ

เนื่องจากโรงเรียนกวดวิชานี้ มีลักษณะในการดำเนินงานเป็นรูปแบบของบุคคลธรรมดา ดังนั้นเพื่อความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ จึงได้มีการกำหนดโครงสร้างองค์กร ดังนี้



รูปที่ 4 แผนผังโครงสร้างสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปอนพลาสติก

จากแผนผังโครงสร้าง สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปอน พลาสติก ในแต่ละส่วนงานจะมีพนักงานที่ปฏิบัติงานตรงตามผังโครงสร้างสถาบัน โดยมีพนักงานประจำจำนวน 3 คน คือ ผู้จัดการ พนักงานประชาสัมพันธ์และการเงิน และแม่บ้าน โดยมีพนักงานชั่วคราวซึ่งอาจเป็นนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการหารายได้พิเศษมาเป็นผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ 1 คนในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ที่มีจำนวนผู้เรียนมาก

สถาบันมีการกำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ดังนี้

ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ)

1. วางนโยบายและทิศทางของธุรกิจ
2. กำกับ ดูแลกิจการให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่ตั้งไว้
3. จัดตั้งงบประมาณในการบริหารงานและจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม
4. กำหนดหน้าที่หลักของแต่ละแผนก เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

ได้วางไว้

5. จัดสรร คัดเลือกพนักงานตำแหน่งที่ว่างลง โดยต้องมีการทดสอบความรู้ความสามารถเบื้องต้นเพื่อให้ได้งานที่เหมาะสมและประเมิณผลงานบุคลากร
6. จัดจ้าง กำหนดค่าตอบแทน รวมทั้งค่าจ้างเงินเดือน
7. ดูแลภาพรวมของกิจการทั้งหมดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด
8. ดูแลความเรียบร้อยโดยรวมในสถาบันให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ

9. ควบคุม ดูแล และประเมินผลการเรียนการสอน ตารางการสอน การจัดกิจกรรม พิเศษตลอดจนทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสถาบัน

พนักงานประชาสัมพันธ์และการเงิน

1. เก็บรวบรวมข้อมูลรายได้ ค่าใช้จ่าย สรุปยอดเพื่อเสนอต่อผู้จัดการ
2. ทำหน้าที่จัดทำบัญชีควบคุมวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ของโครงการ
3. เก็บบันทึกข้อมูลเป็นฐานข้อมูลของผู้เรียน เพื่อติดตามผลเพื่อประชาสัมพันธ์

หลักสูตร และแนวกิจกรรมแก่ผู้เรียน

4. ดูแล รักษาความเรียบร้อยของสถาบัน ทั้งในส่วนของอุปกรณ์การเรียน สิ่งของ เครื่องใช้ และสภาพแวดล้อมโดยรวมของโรงเรียนกวตวิชาให้มีความสะอาด เรียบร้อยอยู่เสมอ
5. ให้ข้อมูล และบริการติดต่อสอบถามแก่ผู้เรียนและผู้สนใจอย่างสุภาพและเป็นกันเอง

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี บุคลิกและมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้ภาษาญี่ปุ่น วุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับ ปวส. อัตราเงินเดือน 20,000 บาทต่อเดือน

ครูผู้สอน

1. รับผิดชอบการสอนตามตารางเวลาที่ได้รับมอบหมาย
2. รับผิดชอบการจัดตารางเรียน การปรับปรุงหลักสูตร และเนื้อหาการสอนให้เหมาะสมตลอดจน ร่วมจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ
3. รับผิดชอบเอกสารประกอบการสอนให้เหมาะสมกับหลักสูตรของโรงเรียน
4. รับผิดชอบดูแลเอาใจใส่นักเรียน และติดตามผล

คุณสมบัติ

มีความรู้และความเชี่ยวชาญในภาษาญี่ปุ่นทุกทักษะ มีประสบการณ์การสอนไม่น้อยกว่า 1 ปี โดยในส่วน of ครูผู้สอนนั้น จะมีการประเมินผลการเรียนการสอนโดยผู้จัดการและ ผู้เรียน ทั้งการประเมินจากแบบสอบถามจากผู้เรียน และจากการสอบประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนอยู่เสมอ เพื่อพิจารณาปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 12 รายจ่ายค่าจ้างครูผู้สอน และเงินเดือนพนักงาน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจ้างครูผู้สอนรายชม.	700	700	800	800	900
ผู้จัดการ	35,000	36,750	38,587	40,516	42,542
พนักงานประชาสัมพันธ์ และการเงิน	20,000	21,000	22,050	23,150	24,300
แม่บ้าน	9,000	9,450	9,922	10,418	10,939
พนักงานชั่วคราว	1,600	1,680	1,764	1,852	1,944

เมื่อรายได้ของสถาบันเพิ่มขึ้นในแต่ละปี เพื่อให้การบริหารพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอกับความต้องการตาม บริษัทมีการจ่ายค่าตอบแทนดังนี้

1. อัตราเงินเดือนพนักงานปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
2. สวัสดิการประกันสังคม

การศึกษาด้านการเงิน

สมมติฐานในการลงทุน

สำหรับโครงการธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น จะใช้เงินลงทุนจากเงินส่วนตัวของเจ้าของกิจการเป็นเงินตั้งต้นในการลงทุน มีวิธีประมาณการต้นทุนโดยแบ่งต้นทุนออกเป็น 2 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1. เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ คือ 2,000,000 บาท โดยเงินลงทุนส่วนตัว

2. สมมติฐานทางการเงิน

- 2.1 ประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก 1,733,680 บาท มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 13 ประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก

รายการ	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน			
ค่าเช่าอาคารก่อนเปิดกิจการ	5	30,000	150,000
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่		400,000	400,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	11	28,000	308,000
ค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียน			500
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			21,500
รวม			880,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน			
ชุดโซฟา	1	28,000	28,000
เก้าอี้ที่พับของนักเรียน	20	800	16,000
โทรทัศน์สี 32" พร้อมชั้นวาง	1	23,000	23,000
เครื่องเสียง		5,000	5,000
ชั้นวางหนังสือ	2	2,850	5,700
เครื่องทำน้ำเย็น	3	5,000	15,000
เคาท์เตอร์ต้อนรับ	1	18,000	18,000
เครื่องคอมพิวเตอร์และ UPS	1	20,000	20,000
ปริ้นเตอร์	1	2,500	2,500
ตู้สำหรับจัดเก็บเอกสาร	1	2,300	2,300
เครื่องถ่ายเอกสารพร้อมแฟกซ์	1	28,500	28,500
โต๊ะและเก้าอี้ผู้จัดการ	1	9,000	9,000
ชุดโต๊ะพับสำหรับอาจารย์	1	29,500	29,500
เก้าอี้สำนักงาน	5	1,200	1,200
บอร์ดประชาสัมพันธ์	1	1,500	1,500
รวม			205,200
อุปกรณ์ในห้องเรียน			
โต๊ะเลคเชอร์	120	1,200	144,000
โต๊ะเก้าอี้ครูผู้สอน	8	2,200	17,600
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	8	17,000	136,000
ชุดลำโพง	8	500	4,000
ชุดโปรเจคเตอร์	8	42,000	336,000
ไวท์บอร์ด	8	1,360	10,880
รวม			648,480
รวมเงินลงทุนเริ่มแรก			1,733,680

หมายเหตุ : ข้อมูลจากผู้ประกอบการสถาบันสอนภาษา, สืบค้นราคาจากอินเทอร์เน็ต

- ค่าเช่าอาคารก่อนเปิดกิจการ 150,000 บาท คือ ค่าเช่าในช่วงก่อนเปิดกิจการ เป็นระยะเวลา 5 เดือน โดยยังอยู่ในระหว่างตกแต่งอาคาร กั้นผนังห้องเรียน ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

- ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่จำนวน 400,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงอาคาร และโครงสร้างอาคาร กั้นผนังทาสีห้องเรียน ปรับปรุงห้องน้ำเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายการจัดตั้งโรงเรียนเอกชน และการตกแต่งพื้นที่ใช้สอยภายในตัวอาคาร เป็นต้น

2.2 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 14 การประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าอาคารต่อปี	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
เงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน	4,970,600	5,010,230	5,467,842	5,511,534	5,973,410
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าจัดกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
รวม	5,652,100	5,705,030	6,176,607	6,234,960	6,712,236

- ค่าสาธารณูปโภค แบ่งออกเป็น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และค่าโทรศัพท์ โดยประมาณการค่าไฟฟ้า 15,000 บาทต่อเดือน ค่าน้ำประปา 500 บาทเดือน และค่าโทรศัพท์ 2,000 บาทต่อเดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 210,000 บาทต่อปี (เพิ่มร้อยละ 5 ทุกปี)

- ค่าอุปกรณ์สำนักงานประมาณการไว้ที่เดือนละ 2,000 บาท หรือ 24,000 บาทต่อปี

- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดประมาณการไว้ที่เดือนละ 2,000 บาท หรือ 24,000 บาทต่อปี

- งบประมาณการจัดกิจกรรมพิเศษของโรงเรียนกวดวิชา 30,000 บาทต่อปี

2.3 การคิดค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสินทรัพย์ถาวร ใช้วิธีตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ไม่มีมูลค่าซาก

ตารางที่ 15 การคิดค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสินทรัพย์ถาวร

รายการ	จำนวนเงิน	อายุการใช้งาน	ค่าเสื่อมราคาและ ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายต่อปี
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	400,000	5 ปี	80,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและ ติดตั้ง	308,000	3 ปี	102,667
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ สำนักงาน	205,200	5ปี	41,040
อุปกรณ์ในห้องเรียน	648,480	5 ปี	129,696

2.4 ประมาณการรายรับ

จากการคำนวณขีดความสามารถในการเปิดคอร์สเรียน สถาบันมีห้องเรียนทั้งหมด 8 ห้อง จำกัดผู้เรียนอยู่ที่ไม่เกินห้องละ 15 คน สถาบันจะเปิดทำการในวันอังคาร-วันอาทิตย์ ในวันธรรมดามีการสอนเพียงห้องละ 1 คอร์ส ช่วงเย็นเป็นเวลา 2 ชั่วโมง และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีห้องละ 3 คอร์ส ช่วงเช้า 1 คอร์ส ช่วงบ่าย 2 คอร์ส โดยมีจำนวนชั่วโมงต่อคอร์สที่ 40 ชั่วโมง เรียนสัปดาห์ละ 1 วันเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ทำให้สมมติฐานของขีดความสามารถในการเปิดคอร์สเรียนต่อ 1 ห้องอยู่ที่ 24 คอร์ส / ปี สถาบันมีทั้งหมด 8 ห้อง จึงมีขีดความสามารถที่ 192 คอร์ส / ปี

เมื่อได้ขีดความสามารถของสถาบันแล้ว จึงนำมาประมาณการรายได้ และค่าใช้จ่าย ส่วนที่เป็นค่าใช้จ่ายแปรผัน

Base Case

คาดการณ์ว่าสามารถเปิดสอนได้ร้อยละ 30 ของขีดความสามารถทั้งหมด คือ 57 คอร์ส และเพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 เป็น 63, 69, 76 และ 84 คอร์สต่อปีตามลำดับโดยมีผู้เรียน 10 คน/คอร์ส คิดรายได้ที่คอร์สละ 6,900 บาทซึ่งเป็นราคาที่ต่ำที่สุด แต่ในความเป็นจริงจะมีบางคอร์สที่ราคาสูงกว่านี้ และยังมีโปรโมชั่นส่วนลดต่างๆ ซึ่งในที่นี้มิได้นำมาคิดด้วย

ตารางที่ 16 ประมาณการรายได้ต่อปี Base case 1

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
รายได้จากการ ลงทะเบียนเรียน	3,933,000	4,347,000	4,761,000	5,244,000	5,796,000

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

3.1 อัตรากำไรสุทธิ

อัตรากำไรในปีแรกอยู่ที่ร้อยละ 19.06 เนื่องจากรายได้ในช่วงปีแรกต่ำและมีต้นทุนในการลงทุนก่อนเริ่มดำเนินการ ในปีต่อๆ มามีอัตรากำไรที่ค่อนข้างคงที่ และอยู่ในเกณฑ์ดีสำหรับธุรกิจสถาบันสอนภาษา

ตารางที่ 17 ประมาณการอัตรากำไรสุทธิ

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
กำไรส่วนเกิน	2,280,000	2,520,000	2,484,000	2,736,000	2,688,000
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
อัตรากำไรสุทธิ	19.06%	24.67%	21.34%	30.20%	26.68%

3.2 ระยะเวลาคุ้มทุน

เมื่อนำกระแสเงินสดมาคำนวณหาระยะเวลาคุ้มทุน พบว่า ระยะเวลาคุ้มทุนของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนิปปอน ฟาสต์จะอยู่ที่ 2 ปี 8 เดือน จะคืนทุนทั้งหมด

ตารางที่ 18 ระยะเวลาคุ้มทุน Base Case 1

ระยะเวลา(ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0 (เริ่มต้น)	(2,000,000)	(2,000,000)
1	787,900	(1,212,100)
2	974,970	(237,130)
3	883,394	646,264
4	1,077,040	1,723,304
5	967,764	2,691,068

3.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

ธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 41.46 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,429,060 บาท ด้วยอัตราคิดลดร้อยละ 12 ระยะเวลาโครงการ 5 ปี ซึ่งการลงทุนที่มีค่า NPV เป็นบวก และมี IRR ที่มากกว่าต้นทุนทางการเงิน เป็นการลงทุนที่สร้างผลกำไรได้ ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

3.4 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI) และอัตราผลตอบแทนเงินทุน (ROE)

อัตราผลตอบแทนของการลงทุน (ROI) อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับอัตราผลตอบแทนเงินทุน (ROE) เนื่องจากกิจการไม่มีหนี้สิน โดยในปีที่ 0 เท่ากับ ROI เท่ากับร้อยละ 19.02 และ ROE เท่ากับร้อยละ 17.85 และรักษาระดับใกล้เคียงกันไว้ได้จนถึงปีที่ 3 แต่ในปีที่ 4 เริ่มมีอัตรากำไรที่ลดลง ซึ่งเป็นเพราะค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถลงทุนได้ แต่ควรเพิ่มกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาในปีที่ 4 เพื่อเพิ่มยอดขายและรักษาอัตราผลตอบแทนไว้

ตารางที่ 19 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI) และ อัตราผลตอบแทนเงินทุน (ROE) Base Case 1

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
รวมสินทรัพย์	2,284,497	2,906,065	3,436,056	4,262,360	4,979,388
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,434,497	3,056,065	3,586,056	4,412,360	5,129,388
ROI Investment	19.02%	21.39%	15.42%	19.39%	14.40%
ROE Equity	17.85%	20.34%	14.78%	18.73%	13.98%

4. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

4.1 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

ธุรกิจสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงจากการขยายทำเลเข้ามาแย่งชิงลูกค้าของผู้แข่งขันรายใหญ่ ดังนั้นจึงได้นำข้อมูลประมาณการงบการเงิน มาทำการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการกำหนดยอดขายในแต่ละปีดังนี้

- กรณีตัวอย่างเกินกว่าเป้าหมาย (Best Case) คือสามารถเปิดสอนได้ร้อยละ 30 ของขีดความสามารถในปีที่ 1 และจำนวนคอร์สที่เปิดได้เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 โดยให้มีจำนวนผู้เรียนคอร์สละ 12 คน จากจำนวนเต็ม 15 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80

- กรณีตัวอย่างไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case) แต่ยังคงมีกำไรเล็กน้อย คือสามารถเปิดสอนได้ร้อยละ 25 ของขีดความสามารถในปีที่ 1 และจำนวนคอร์สที่เปิดได้เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 โดยให้มีจำนวนผู้เรียนคอร์สละ 10 คน จากจำนวนเต็ม 15 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66

- กรณีเป็นไปตามเป้าหมาย (Base Case) คือสามารถเปิดสอนได้ร้อยละ 30 ของขีดความสามารถในปีที่ 1 และจำนวนคอร์สที่เปิดได้เพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 โดยให้มีจำนวนผู้เรียนคอร์สละ 10 คน จากจำนวนเต็ม 15 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66

ผลการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitive Analysis)

จากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ทางผู้ศึกษาได้คำนึงถึงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดกรณีดีที่สุด (Best Case) คือ กำหนดให้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการที่มีผู้มาเรียนต่อคอร์สเพิ่มขึ้น ซึ่งจะได้รับผลที่ดีขึ้นอย่างมากเนื่องจากต้นทุนแปรผันส่วนที่เป็นค่าจ้างครูผู้สอนนั้นแปรผันตามจำนวนคอร์สที่เปิดทำการสอนได้ มิได้แปรผันตามจำนวนผู้เรียน ทำให้มีโอกาสในการทำกำไรเพิ่มมากขึ้น โดยอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เป็นร้อยละ 89.74 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,418,535 บาท และระยะเวลาคืนทุน 1.3 ปี โดยกรณีนี้จะมีความเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศดีขึ้น สถาบันเป็นที่ไว้วางใจและค่อนข้างมีชื่อเสียงบ้างแล้ว

และในกรณีที่หากยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ (Worst Case) โดยกรณียอดขายเริ่มต้นที่ปีแรกร้อยละ 25 จะส่งผลกระทบเป็นอย่างมาก ทำให้ผลตอบแทนเปลี่ยนแปลง อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ลดลงเหลือร้อยละ 15.12 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 133,593 บาท และระยะเวลาคืนทุนยาวถึง 3.8 ปี จะเห็นได้ว่าการลดลงของยอดขายทำให้อัตราผลตอบแทนที่ต่ำลงมากและใช้ระยะเวลาในการคืนทุนเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังคงให้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแต่ก็ทำให้สถาบันขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ โดยมีรายละเอียดตามรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบกรณีตัวอย่างทางการเงิน

รายการ	รูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น		
1. เงินลงทุนโครงการ	2,000,000 บาท		
ยอดขายในปีแรก	กรณีปกติ (Base Case)	กรณีดีที่สุด (Base Case)	กรณีไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราคิดลด 12%	1,429,060	4,418,535	133,593
3. อัตราผลตอบแทน (IRR)	41.46%	89.74%	15.2%
4. ระยะเวลาในการคืนทุน	2.3 ปี	1.3 ปี	3.8 ปี
5. ROI เฉลี่ย	22%	28%	9%

การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง

สิ่งแวดล้อมรอบธุรกิจและตัวธุรกิจเองเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง อาจก่อให้เกิดปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลร้ายต่อธุรกิจได้ ดังนั้นเพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงและแนวทางการป้องกัน

1. ความเสี่ยงทางด้านราคาสินค้า การแข่งขันด้านราคาของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นนั้นไม่รุนแรงนัก แต่จะไปเน้นจุดขายทางด้านโปรโมชั่นทางการตลาดมากกว่าเพื่อดึงดูดลูกค้า

รายใหม่ๆ เข้ามา ดังนั้น การเพิ่มคุณภาพให้กับบริการเพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2. ความเสี่ยงทางการตลาด ธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น เป็นธุรกิจที่เน้นชื่อเสียงค่อนข้างมาก ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบัน ติดตามคู่แข่งทั้งทางในสื่อโฆษณาต่างๆ และ โซเชียลเน็ตเวิร์คอยู่เสมอ

3. ความเสี่ยงทางด้านเทคนิค เนื่องจากสถาบันสอนภาษาเน้นที่การให้บริการโดยครูผู้สอนเป็นหลัก การแข่งขันด้านเทคนิคจึงไม่สูงนัก ดังนั้นหากทางสถาบันมีการนำเทคนิคต่างๆ ที่พิเศษกว่าสถาบันอื่นเข้ามาใช้ในการสอนก็จะเป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับสถาบันได้

4. ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นกิจการส่วนตัวของผู้บริหารเพียงคนเดียว อาจเกิดการตัดสินใจผิดพลาดจากการขาดประสบการณ์ ดังนั้น ผู้บริหารควรศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงาน การเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ และศึกษาคู่แข่งอยู่เสมอ เพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ของธุรกิจ

5. ความเสี่ยงทางการเงิน เนื่องจากกิจการไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงินมาใช้ อาจทำให้สภาพการหมุนเวียนกระแสเงินสดขาดสภาพคล่อง หากในระยะแรกยอดขายไม่เป็นไปตามการประมาณการ อาจจำเป็นต้องมีการพิจารณากู้เงินในระยะสั้นเข้ามาช่วยพุงสภาพคล่องของกิจการด้วย

ตารางที่ 21 แผนรองรับกรณีฉุกเฉิน (Emergency Plan)

ลำดับ	ลักษณะปัญหาความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ภาวะการเมืองเปลี่ยนแปลงหรือภาวะเศรษฐกิจโลกผันผวน	ต้นทุนค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูงขึ้น	จัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขาย
2	กรณียอดขายไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมายเนื่องจากปัจจัยต่างๆ	กำไรลดน้อยและเกิดภาวะขาดทุน	1. จัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขาย 2. สร้างแรงจูงใจ (Incentive) ให้กับพนักงานประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าคอมมิสชั่น
3	ความเสี่ยงจากการระดมทุนที่มีค่าใช้จ่ายคงที่มี	อาจส่งผลให้สถาบันไม่มีเงินสดหมุนเวียนมากพอในการชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด	กู้ยืมเงินระยะสั้นกับสถาบันทางการเงิน เพื่อเสริมสภาพคล่อง
4	ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรง	ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานและผลประกอบการของบริษัท	1. พยายามรักษาคุณภาพสินค้าหรือปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น 2. ควบคุมต้นทุนการผลิตให้ต่ำ 3. ใช้การออกแบบเป็นจุดขายนำเสนอสินค้าบริการที่แตกต่าง
5	ความเสี่ยงจากการบุคลากรครูผู้สอน	ไม่สามารถเปิดทำการสอนในบางคอร์สได้	สร้างความสัมพันธ์อันเหนียวแน่นกับครูผู้สอน เช่น การส่งไปอบรมในนามสถาบัน

บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการประเมินความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่างๆ ทั้ง การศึกษาด้านการตลาด การศึกษาด้านเทคนิค การศึกษาด้านการบริหารจัดการ และการศึกษาด้านการเงิน เพื่อให้ทราบว่าโครงการนี้จะมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการหรือไม่

ชื่อโครงการ	ความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่าน พระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
เริ่มโครงการ	กันยายน ปี 2558
เริ่มดำเนินการ	มกราคม ปี 2559

วัตถุประสงค์โครงการ

ในการศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

ผลการศึกษาด้านการตลาด

มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เนื่องจากยังไม่มีคู่แข่งทางธุรกิจในการทำเลใกล้เคียง และสภาพตลาดของสถาบันการศึกษา ในช่วงเวลานี้จัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจต่อการลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัทที่ต้องการเพิ่มทักษะทางภาษาญี่ปุ่นให้เป็นภาษาที่สาม เพื่อเพิ่มทางเลือกในการสอบแข่งขันต่างๆ หรือการทำงาน

ผลการศึกษาด้านเทคนิค

มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค โดยกิจการเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และย่านชุมชน เดินทางสะดวก

ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ

แผนการดำเนินงานจะเริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2558 คาดว่าจะตกแต่งห้องเรียน สำนักงาน และติดตั้งเครื่องปรับอากาศ แล้วเสร็จภายในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 เริ่มเปิดเรียนคอร์สแรกในเดือนมกราคม 2559 ก่อนเปิดโครงการจะมีการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยการแจกแผ่นพับตามศูนย์การค้าและวงใกล้เคียง หลังจากเปิดโครงการก็จะมีทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ต่อไป เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่า และสร้างฐานลูกค้ารายใหม่

โดยกำหนดให้ครูผู้สอนจะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์การสอนอย่างน้อย 1 ปี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้เรียน

ผลการศึกษาด้านการเงิน

ผลการศึกษาด้านการเงิน พบว่า ธุรกิจรูปแบบธุรกิจมีความเป็นไปได้ทางการเงิน โดยพิจารณาอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 41.46 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 1,429,060 บาทและระยะเวลาคืนทุน อยู่ที่ 2.3 ปี อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถลงทุนได้

ตารางที่ 21 สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน

รายการ	รูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น		
1. เงินลงทุนโครงการ	2,000,000 บาท		
ยอดขายในปีแรก	กรณีปกติ (Base Case)	กรณีดีที่สุด (Base Case)	กรณีไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราคิดลด 12%	1,429,060 บาท	4,418,535	133,593
3. อัตราผลตอบแทน (IRR)	41.46%	89.74%	15.2%
4. ระยะเวลาในการคืนทุน	2.3 ปี	1.3 ปี	3.8 ปี
5. ROI เฉลี่ย	22%	28%	9%

ข้อเสนอแนะ

1. หลังการศึกษาประเมินความเป็นไปได้ครั้งนี้แล้วสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น นิปปอน ฟาสต์ ควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของบริษัทฯ เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของสถาบันให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทราบถึงข้อมูลการบริการที่น่าเสนอทั้งในเรื่องคุณภาพ และมาตรฐานของสถาบัน

2. มีความเสี่ยงที่จะทำให้โครงการศึกษาค้างนี้ผิดพลาด จากปัจจัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากโครงการจะเริ่มเปิดดำเนินการในปี 2559 ซึ่งในเวลานั้นสภาพเศรษฐกิจและคู่แข่งในอุตสาหกรรมอาจต่างกับในปัจจุบัน ดังนั้นควรติดตามและวางแผนรับมือความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น

3. การศึกษาค้างนี้เป็นเพียงการนำข้อมูลที่มีอยู่ นำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ตามหลักทฤษฎีต่างๆ แต่การดำเนินงานจริงอาจไม่เป็นไปตามที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ เช่น กรณีเกิดปัญหาด้านยอดขายและการเติบโตของธุรกิจไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้จะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายทางการเงินขึ้นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องเฝ้าติดตามยอดขาย หากเกิดปัญหาที่ทำให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ต้องหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยเร็วที่สุด

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ได้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
2. ได้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์
3. ได้ทราบข้อมูลเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนเปิดสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในย่านวงเวียนพระราม 5 ถนนราชพฤกษ์

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

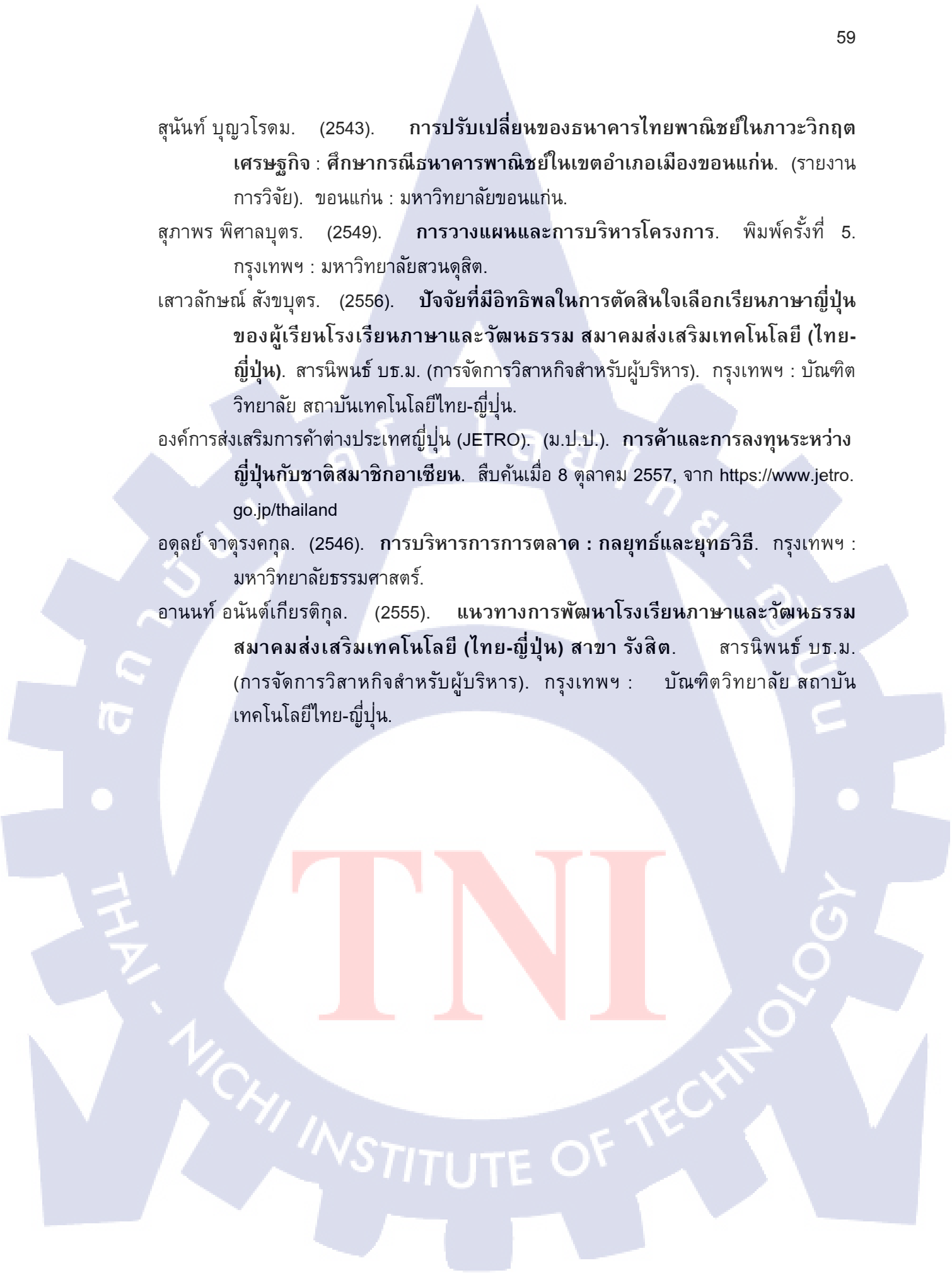
บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- เกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2550). การจัดการเชิงกลยุทธ์ศาสตร์สำหรับ CEO. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ สุขุมและบุตร.
- จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2545). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2533). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ญี่ปุ่นหนุอาเซียนฐานซัพพลายโลก ย้ำฐานผลิตหลักเผย3ปัจจัยสำคัญก่อนลงทุนเพิ่ม. (2555, 27 กรกฎาคม). หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2557, จาก http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1343387174
- ทรงศิริ เตชะบุญ. (2540). การวิเคราะห์ต้นทุนผล-ตอบแทนทางการเงินของการลงทุนแผนไรซ์ร้านคอนวิเนียนส์โตร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (ม.ป.ป.). การจัดทำแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) ที่เป็นแผนเชิงรุกให้แก่องค์กร. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2558, จาก <http://www.drmanage.com>
- นายทก ย้าภาคเอกชนญี่ปุ่น การเมืองไทยมีเสถียรภาพ. (2558, 3 กุมภาพันธ์). หนังสือพิมพ์เนชั่น. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://breakingnews.nationtv.tv/home/read.php?newsid=750086>
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2555). บริหารงานบริการอย่างไรให้เป็นมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/search.php>
- วารสารตะวัน. (2553). ผลการสำรวจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.jfbkk.or.th/images/tawan/tawan20101152.pdf>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอล บัคส์.
- สุดาตวง เรืองรุจิรา. (2541). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.

- สุนันท์ บุญโรตม. (2543). การปรับเปลี่ยนของธนาคารไทยพาณิชย์ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ : ศึกษากรณีธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น. (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภาพร พิศาลบุตร. (2549). การวางแผนและการบริหารโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- เสาวลักษณ์ สังขบุตร. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาญี่ปุ่นของผู้เรียนโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศญี่ปุ่น (JETRO). (ม.ป.ป.). การค้าและการลงทุนระหว่างญี่ปุ่นกับชาติสมาชิกอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2557, จาก <https://www.jetro.go.jp/thailand>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อานนท์ อนันต์เกียรติกุล. (2555). แนวทางการพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สาขา รังสิต. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.



TNI

THAI

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

TECHNOLOGY

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

TNI

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น
กรณีเป็นไปตามเป้าหมาย (Base Case)

TNI

ตารางที่ 23 ประมาณการงบดุล

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	1,076,220	2,051,190	2,934,584	4,011,624	4,979,388
สินค้าคงเหลือ	0	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,076,220	2,051,190	2,934,584	4,011,624	4,979,388
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	(80,000)	(160,000)	(240,000)	(320,000)	(400,000)
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	205,200	205,200	205,200	205,200	205,200
ค่าเสื่อมราคาสะสมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(41,040)	(82,080)	(123,120)	(164,160)	(205,200)
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	308,000	308,000	308,000	-	-
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(102,667)	(205,333)	(308,000)		
อุปกรณ์ในห้องเรียน	648,480	648,480	648,480	648,480	648,480
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ในห้องเรียน	(129,696)	(259,392)	(389,088)	(518,784)	(648,480)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,208,277	854,875	501,472	250,736	-
รวมสินทรัพย์	2,284,497	2,906,065	3,436,056	4,262,360	4,979,388
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
กำไรสะสม	434,497	1,056,065	1,586,056	2,412,360	3,129,388
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,434,497	3,056,065	3,586,056	4,412,360	5,129,388
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,434,497	3,056,065	3,586,056	4,412,360	5,129,388

ตารางที่ 24 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้					
รายได้จากการให้บริการ	3,933,000	4,347,000	4,761,000	5,244,000	5,796,000
ค่าใช้จ่ายแปรผัน					
ค่าจ้างครูผู้สอน	1,596,000	1,764,000	2,208,000	2,432,000	3,024,000
ค่าตำราเรียน	57,000	63,000	69,000	76,000	84,000
กำไรส่วนเกิน	2,280,000	2,520,000	2,484,000	2,736,000	2,688,000
ค่าใช้จ่ายคงที่					
เงินเดือนสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่าอาคาร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ	0	0	0	0	0
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,845,503	1,898,433	1,954,009	1,909,696	1,970,972
กำไรจากการดำเนินงาน	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
กำไรสะสม	434,497	1,056,065	1,586,056	2,412,360	3,129,388

ตารางที่ 25 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	787,900	974,970	883,394	1,077,040	967,764
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	(400,000)	-	-	-	-
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(205,200)	-	-	-	-
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(308,000)	-	-	-	-
อุปกรณ์ในห้องเรียน	(648,480)	-	-	-	-
ค่าเช่าอาคารก่อนเปิดกิจการ	(150,000)	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจากการลงทุน	(1,711,680)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการเงินส่วนเจ้าของ	2,000,000				
เงินกู้ยืมระยะยาว					
ชำระคืนเงินกู้ระยะยาว					
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	2,000,000	0	0	0	0
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	1,076,220	974,970	883,394	1,077,040	967,764
เงินสดต้นงวด	0	1,076,220	2,051,190	2,934,584	4,011,624
เงินสด ณ วันสิ้นสุดงวด	1,076,220	2,051,190	2,934,584	4,011,624	4,979,388

ตารางที่ 26 ผลตอบแทนการลงทุน

NPV	1,429,060
IRR	41.46%
Pay Back Period	1.4
อัตรากำไรสุทธิ	24.39%
ROI	17.92%
ROE	17.13%

ตารางที่ 27 Pay Back Period = 2.3 ปี

ระยะเวลา(ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0 (เริ่มต้น)	(2,000,000)	(2,000,000)
1	787,900	(1,212,100)
2	974,970	(237,130)
3	883,394	646,264
4	1,077,040	1,723,304
5	967,764	2,691,068

ตารางที่ 28 อัตรากำไร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
รายได้รวมหลังหักส่วนลด	2,280,000	2,520,000	2,484,000	2,736,000	2,688,000
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
อัตรากำไรสุทธิ	19.06%	24.67%	21.34%	30.20%	26.68%

ตารางที่ 29 ROI และ ROE

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	434,497	621,567	529,991	826,304	717,028
รวมสินทรัพย์	2,284,497	2,906,065	3,436,056	4,262,360	4,979,388
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,434,497	3,056,065	3,586,056	4,412,360	5,129,388
ROI Investment	19.02%	21.39%	15.42%	19.39%	14.40%
ROE Equity	17.85%	20.34%	14.78%	18.73%	13.98%

ตารางที่ 30 ประมาณการรายได้

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้จากการลงทะเบียน	3,933,000	4,347,000	4,761,000	5,244,000	5,796,000
จำนวนคอร์ส/ปี	57	63	69	76	84
ราคาขาย/คอร์ส (บาท)	6,900	6,900	6,900	6,900	6,900
จำนวนนักเรียน/คอร์ส	10	10	10	10	10

ตารางที่ 31 ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
เงินเดือนพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่า	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าจัดกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,902,503	1,961,433	2,023,009	1,985,696	2,054,972

ตารางที่ 32 เงินเดือนพนักงาน (ต่อปี)

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
- ผู้จัดการ	420,000	441,000	463,050	486,203	510,513
- พนักงานประชาสัมพันธ์และการเงิน	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
- แม่บ้าน	108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
- พนักงานชั่วคราว	19,200	20,160	21,168	22,226	23,338
- ประกันสังคม	23,400	23,670	23,954	24,251	24,564
รวมเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
รวมค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410

ตารางที่ 33 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

รายการสินทรัพย์	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	41,040	41,040	41,040	41,040	41,040
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	102,667	102,667	102,667	0	0
อุปกรณ์ในห้องเรียน	129,696	129,696	129,696	129,696	129,696
รวมค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736



ภาคผนวก ข.

งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น
กรณีเกินเป้าหมาย (Best Case)

TNI

ตารางที่ 34 ประมาณการงบดุล

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	1,851,420	3,683,190	5,504,984	7,615,624	9,725,788
สินค้าคงเหลือ	0	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,851,420	3,683,190	5,504,984	7,615,624	9,725,788
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	(80,000)	(160,000)	(240,000)	(320,000)	(400,000)
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	205,200	205,200	205,200	205,200	205,200
ค่าเสื่อมราคาสะสมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(41,040)	(82,080)	(123,120)	(164,160)	(205,200)
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	308,000	308,000	308,000	-	-
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(102,667)	(205,333)	(308,000)		
อุปกรณ์ในห้องเรียน	648,480	648,480	648,480	648,480	648,480
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ในห้องเรียน	(129,696)	(259,392)	(389,088)	(518,784)	(648,480)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,208,277	854,875	501,472	250,736	-
รวมสินทรัพย์	3,059,697	4,538,065	6,006,456	7,866,360	9,725,788
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
กำไรสะสม	1,209,697	2,688,065	4,156,456	6,016,360	7,875,788
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,209,697	4,688,065	6,156,456	8,016,360	9,875,788
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,209,697	4,688,065	6,156,456	8,016,360	9,875,788

ตารางที่ 35 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้					
รายได้จากการให้บริการ	4,719,600	5,216,400	5,713,200	6,292,800	6,955,200
ค่าใช้จ่ายแปรผัน					
ค่าจ้างครูผู้สอน	1,596,000	1,764,000	2,208,000	2,432,000	3,024,000
ค่าตำราเรียน	68,400	75,600	82,800	91,200	100,800
กำไรส่วนเกิน	3,055,200	3,376,800	3,422,400	3,769,600	3,830,400
ค่าใช้จ่ายคงที่					
เงินเดือนสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่าอาคาร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ	0	0	0	0	0
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,845,503	1,898,433	1,954,009	1,909,696	1,970,972
กำไรจากการดำเนินงาน	1,209,697	1,478,367	1,468,391	1,859,904	1,859,428
กำไรสะสม	1,209,697	2,688,065	4,156,456	6,016,360	7,875,788

ตารางที่ 36 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	1,209,697	1,478,367	1,468,391	1,859,904	1,859,428
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	1,563,100	1,831,770	1,821,794	2,110,640	2,110,164
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	(400,000)	-	-	-	-
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(205,200)	-	-	-	-
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(308,000)	-	-	-	-
อุปกรณ์ในห้องเรียน	(648,480)	-	-	-	-
ค่าเช่าอาคารก่อนเปิดกิจการ	(150,000)	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจากการลงทุน	(1,711,680)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการเงินส่วนเจ้าของ	2,000,000				
เงินกู้ยืมระยะยาว					
ชำระคืนเงินกู้ระยะยาว					
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	2,000,000	0	0	0	0
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	1,851,420	1,831,770	1,821,794	2,110,640	2,110,164
เงินสดต้นงวด	0	1,851,420	3,683,190	5,504,984	7,615,624
เงินสด ณ วันสิ้นงวด	1,851,420	3,683,190	5,504,984	7,615,624	9,725,788

ตารางที่ 37 ผลตอบแทนการลงทุน

NPV	4,418,535
IRR	89.74%
Pay Back Period	1.3
อัตรากำไรสุทธิ	44.83%
ROI	27.86%
ROE	27.02%

ตารางที่ 38 Pay Back Period = 1.3 ปี

ระยะเวลา (ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0 (เริ่มต้น)	(2,000,000)	(2,000,000)
1	1,563,100	(436,900)
2	1,831,770	1,394,870
3	1,821,794	3,216,664
4	2,110,640	5,327,304
5	2,110,164	7,437,468

ตารางที่ 39 อัตรากำไร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
รายได้รวมหลังหักส่วนลด	3,055,200	3,376,800	3,422,400	3,769,600	3,830,400
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,209,697	1,478,367	1,468,391	1,859,904	1,859,428
อัตรากำไรสุทธิ	39.59%	43.78%	42.91%	49.34%	48.54%

ตารางที่ 40 ROI และ ROE

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,209,697	1,478,367	1,468,391	1,859,904	1,859,428
รวมสินทรัพย์	3,059,697	4,538,065	6,006,456	7,866,360	9,725,788
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,209,697	4,688,065	6,156,456	8,016,360	9,875,788
ROI Investment	39.54%	32.58%	24.45%	23.64%	19.12%
ROE Equity	37.69%	31.53%	23.85%	23.20%	18.83%

ตารางที่ 41 ประมาณการรายได้

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้จากการลงทะเบียนเรียน	4,719,600	5,216,400	5,713,200	6,292,800	6,955,200
จำนวนคอร์ส/ปี	57	63	69	76	84
ราคาขาย/คอร์ส (บาท)	6,900	6,900	6,900	6,900	6,900
จำนวนนักเรียนต่อคอร์ส	12	12	12	12	12

ตารางที่ 42 ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
เงินเดือนพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่า	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าจัดกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,913,903	1,974,033	2,036,809	2,000,896	2,071,772

ตารางที่ 43 เงินเดือนพนักงาน (รายปี)

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
- ผู้จัดการ	420,000	441,000	463,050	486,203	510,513
-พนักงานประชาสัมพันธ์และ การเงิน	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
- แม่บ้าน	108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
- พนักงานชั่วคราว	19,200	20,160	21,168	22,226	23,338
- ประกันสังคม	23,400	23,670	23,954	24,251	24,564
รวมเงินเดือนและสวัสดิการ พนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
รวมค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410

ตารางที่ 44 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

รายการสินทรัพย์	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	41,040	41,040	41,040	41,040	41,040
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	102,667	102,667	102,667	0	0
อุปกรณ์ในห้องเรียน	129,696	129,696	129,696	129,696	129,696
รวมค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736

ภาคผนวก ค.

งบการเงินรูปแบบธุรกิจสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น
กรณีไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Worst Case)

TNI

ตารางที่ 45 ประมาณการงบดุล

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	716,220	1,291,190	1,778,584	2,423,624	2,943,388
สินค้าคงเหลือ	0	0	0	0	0
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	716,220	1,291,190	1,778,584	2,423,624	2,943,388
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ตกแต่งอาคารและสถานที่	(80,000)	(160,000)	(240,000)	(320,000)	(400,000)
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	205,200	205,200	205,200	205,200	205,200
ค่าเสื่อมราคาสะสมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(41,040)	(82,080)	(123,120)	(164,160)	(205,200)
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	308,000	308,000	308,000	-	-
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(102,667)	(205,333)	(308,000)		
อุปกรณ์ในห้องเรียน	648,480	648,480	648,480	648,480	648,480
ค่าเสื่อมราคาสะสมอุปกรณ์ในห้องเรียน	(129,696)	(259,392)	(389,088)	(518,784)	(648,480)
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,208,277	854,875	501,472	250,736	-
รวมสินทรัพย์	1,924,497	2,146,065	2,280,056	2,674,360	2,943,388
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
กำไรสะสม	74,497	296,065	430,056	824,360	1,093,388
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,074,497	2,296,065	2,430,056	2,824,360	3,093,388
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,074,497	2,296,065	2,430,056	2,824,360	3,093,388

ตารางที่ 46 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้					
รายได้จากการให้บริการ	3,312,000	3,657,000	4,002,000	4,416,000	4,830,000
ค่าใช้จ่ายแปรผัน					
ค่าจ้างครูผู้สอน	1,344,000	1,484,000	1,856,000	2,048,000	2,520,000
ค่าตำราเรียน	48,000	53,000	58,000	64,000	70,000
กำไรส่วนเกิน	1,920,000	2,120,000	2,088,000	2,304,000	2,240,000
ค่าใช้จ่ายคงที่					
เงินเดือนสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่าอาคาร	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ	0	0	0	0	0
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,845,503	1,898,433	1,954,009	1,909,696	1,970,972
กำไรจากการดำเนินงาน	74,497	221,567	133,991	394,304	269,028
กำไรสะสม	74,497	296,065	430,056	824,360	1,093,388

ตารางที่ 47 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	74,497	221,567	133,991	394,304	269,028
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	427,900	574,970	487,394	645,040	519,764
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	(400,000)	-	-	-	-
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	(205,200)	-	-	-	-
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	(308,000)	-	-	-	-
อุปกรณ์ในห้องเรียน	(648,480)	-	-	-	-
ค่าเช่าอาคารก่อนเปิดกิจการ	(150,000)	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจากการลงทุน	(1,711,680)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการเงินส่วนเจ้าของ	2,000,000				
เงินกู้ยืมระยะยาว					
ชำระคืนเงินกู้ระยะยาว					
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	2,000,000	0	0	0	0
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	716,220	574,970	487,394	645,040	519,764
เงินสดต้นงวด	0	716,220	1,291,190	1,778,584	2,423,624
เงินสด ณ วันสิ้นงวด	716,220	1,291,190	1,778,584	2,423,624	2,943,388

ตารางที่ 48 ผลตอบแทนการลงทุน

NPV	133,593
IRR	15.12%
Pay Back Period	3.8
อัตรากำไรสุทธิ	9.97%
ROI	8.79%
ROE	8.28%

ตารางที่ 49 Pay Back Period = 3.8 ปี

ระยะเวลา (ปี)	กระแสเงินสด	กระแสเงินสดสุทธิ
0 (เริ่มต้น)	(2,000,000)	(2,000,000)
1	427,900	(1,572,100)
2	574,970	(997,130)
3	487,394	(509,737)
4	645,040	135,304
5	519,764	655,068

ตารางที่ 50 อัตรากำไร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
รายได้รวมหลังหักส่วนลด	1,920,000	2,120,000	2,088,000	2,304,000	2,240,000
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	74,497	221,567	133,991	394,304	269,028
อัตรากำไรสุทธิ	3.88%	10.45%	6.42%	17.11%	12.01%

ตารางที่ 51 ROI และ ROE

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	74,497	221,567	133,991	394,304	269,028
รวมสินทรัพย์	1,924,497	2,146,065	2,280,056	2,674,360	2,943,388
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,074,497	2,296,065	2,430,056	2,824,360	3,093,388
ROI Investment	3.87%	10.32%	5.88%	14.74%	9.14%
ROE Equity	3.59%	9.65%	5.51%	13.96%	8.70%

ตารางที่ 52 ประเมินการรายได้

รายการ	2015	2016	2017	2018	2019
	0	1	2	3	4
รายได้จากการลงทะเบียนเรียน	3,312,000	3,657,000	4,002,000	4,416,000	4,830,000
จำนวนคอร์ส/ปี	48	53	58	64	70
ราคาขาย/คอร์ส (บาท)	6,900	6,900	6,900	6,900	6,900
จำนวนนักเรียนต่อคอร์ส	10	10	10	10	10

ตารางที่ 53 ประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
เงินเดือนพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
ค่าเช่า	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	33,500	35,100	36,780	38,541	40,396
ค่าสาธารณูปโภค	210,000	220,500	231,525	243,102	255,257
ค่าวัสดุสำนักงาน	24,000	25,200	26,460	27,783	29,173
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าจัดกิจกรรมพิเศษ	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,893,503	1,951,433	2,012,009	1,973,696	2,040,972

ตารางที่ 54 เงินเดือนพนักงาน (รายปี)

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
- ผู้จัดการ	420,000	441,000	463,050	486,203	510,513
- พนักงานประชาสัมพันธ์และการเงิน	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
- แม่บ้าน	108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
- พนักงานชั่วคราว	19,200	20,160	21,168	22,226	23,338
- ประกันสังคม	23,400	23,670	23,954	24,251	24,564
รวมเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410
รวมค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	810,600	850,230	891,842	935,534	981,410

ตารางที่ 55 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

รายการสินทรัพย์	2016	2017	2018	2019	2020
	0	1	2	3	4
ค่าตกแต่งอาคารและสถานที่	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	41,040	41,040	41,040	41,040	41,040
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง	102,667	102,667	102,667	0	0
อุปกรณ์ในห้องเรียน	129,696	129,696	129,696	129,696	129,696
รวมค่าเสื่อมราคา	353,403	353,403	353,403	250,736	250,736