

แผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

Business Plan for Online Course



แผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

Business Plan for Online Course



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



©2562

กร พิบูลย์คณาทรัพย์
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

ผู้วิจัย กร พิบูลย์คณาทรัพย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ธีระศักดิ์ ธีรนนง)

ผู้เชี่ยวชาญ

(อ.ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

กร พินุลย์คณาทรัพย์. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,
ธันวาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ (49 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ธีระศักดิ์ ณ ระนอง

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ Bro Bear Baking มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบทิศทางของธุรกิจเพื่อการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เป็นการศึกษาเพื่อหาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมที่จะรับมือหรือป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้า จะเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจ ก่อนการดำเนินกิจการ

แผนธุรกิจนี้ได้ทำการศึกษาธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จากผู้ที่ทำธุรกิจนี้มาแล้ว และนำข้อมูลเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ โดยการสร้างคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้ตรงกับความ ต้องการของผู้บริโภคสามารถทำได้โดย การสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคก่อน และ การตั้งราคาสินค้า ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือก เพื่อให้จ่ายต่อผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้า และ การจำหน่ายสินค้าใน เว็บไซต์ที่รวบรวมคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เพื่อให้มีผู้บริโภคเห็นสินค้าได้ง่ายขึ้น แผนธุรกิจนี้ จึงมีการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก การวางแผนการตลาด การจัดการองค์กร แผนการดำเนินงาน ประเมินการทางการเงิน และ แผนสำรองฉุกเฉิน

เมื่อทำการศึกษาแผนธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ พบว่าเป็นธุรกิจที่เป็นเทรนด์ มาแรงในยุคปัจจุบันการแข่งขันจึงมีค่อนข้างสูงและมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ แต่คอร์สการเรียน การสอนออนไลน์ ในหัวข้อ ช็อคโกแลตยังไม่มีแพร่หลายมากนัก รวมถึงหัวข้อด้านอื่นๆอีกมากมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการที่กำลังจะเริ่มในธุรกิจนี้จึงควรรีบสร้างธุรกิจอย่างรวดเร็ว ในด้านผลประกอบการ เริ่มต้นลงทุน 100,000 บาท สามารถคืนทุนได้ในปีที่สอง โดยคาดการณ์ว่าจะมีกำไรสุทธิในปีที่สอง 650,000 บาท

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์, เทรนด์

Phiboonkhasap, K. M.M.E. (Entrepreneurship), December 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Online Course (49 pp.)

Advisor: Dr.Theerasak Na Ranong

Abstract

Business plan preparation The Bro Bear Baking online course is aimed at Establish a business direction for education, business-related information, online teaching courses, as a study to find business possibilities. In order to be prepared to handle Or prevent potential problems The various data that have been studied and researched Will be part of the decision before the operation- This business plan has conducted business studies Online Teaching Course From people who have done this business already And apply this information to apply By creating an online course To match Consumer demand can be achieved by Inquiries from consumers first and pricing of products To suit the target group chosen To make it easier for consumers to buy products and sell products in Websites that collect online teaching and learning courses To make it easier for consumers to see the product, this business plan analyzes both internal and external factors. Marketing planning Organization management objective plan Financial projections and emergency backup plans When studying a business plan Online Teaching Course Found that it is a trend business In the current era of competition, therefore, there are high sides and more and more competitors. But online teaching and learning in chocolate topic is still not very widespread Including many other topics. Therefore, entrepreneurs who are about to start in this business should hurry to build a business quickly. In terms of turnover The initial investment is 100, 000 baht. Capital can be returned in the second year. With a net profit expected in the second year of 650, 000 baht

Keywords: *Business plan, Online course, Trend*

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจาก ดร.ธีระศักดิ์ ฌ ระนอง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจและคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจฉบับนี้ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับการสละเวลาอันมีค่าของทุกท่านและความรู้ที่ทุกท่านคอยพรั่งพร้อมตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณ บิดา มารดา และ ครอบครัว ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และ ส่งเสริมด้านการศึกษาโดยตลอด

กร พิบูลย์คณาทรัพย์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ	6
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	13
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	16
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	27
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	28
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	29
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด	32
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	32
4.3 แผนการสื่อสารการตลาด	37
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	38
5.2 การกำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	38
5.3 นโยบายการบริหารบุคคล	39
5.4 นโยบายการพัฒนาคูลากร	40

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	41
6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า	41
6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ	41
6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	42
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 โครงสร้างของเงินทุน	43
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	43
7.3 ประมาณการงบการเงิน	43
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน	47
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	48
8.2 แผนอนาคต	48
บรรณานุกรม	
ประวัติผู้เขียน	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Skillance)	3
ตารางที่ 1.1:(ต่อ): จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Skillance)	4
ตารางที่ 1.2: จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Udemy)	5
ตารางที่ 1.2(ต่อ): จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Udemy)	6
ตารางที่ 1.3: Business Model Canvas	7
ตารางที่ 1.3: (ต่อ): Business Model Canvas	8
ตารางที่ 1.3: (ต่อ): Business Model Canvas	9
ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงในด้านต่างๆของ Bro Bear Baking	19
ตารางที่ 5.1: กำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ	38
ตารางที่ 5.2: ประเมินผลการปฏิบัติงาน	40
ตารางที่ 7.1: งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking	43
ตารางที่ 7.1 (ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking	44
ตารางที่ 7.1(ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking	44
ตารางที่ 7.1(ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking	45
ตารางที่ 7.2: งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking ปี1-ปี3	45
ตารางที่ 7.3: งบดุลของ Bro Bear Baking	46
ตารางที่ 7.4: งบกระแสเงินสดของ Bro Bear Baking	47

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้ของบริษัท	2
ภาพที่ 2.1: PESTEL Analysis	13
ภาพที่ 2.2: Five Forces Model	16
ภาพที่ 2.3: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สุจิตรา ตียะ	20
ภาพที่ 2.4: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง ครูเจียบบ้านขนม	21
ภาพที่ 2.5: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoy	22
ภาพที่ 2.6: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สอนทำขนมออนไลน์ by natchu	23
ภาพที่ 2.7: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง วิลลภา ประทานพรทิพย์	24
ภาพที่ 2.8: 7: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สอนทำขนมออนไลน์ by ครูอู๋ม	25
ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis	27
ภาพที่ 3.2: Growth by region ของ ธุรกิจ E-Learning	30
ภาพที่ 3.3: Growing Global E-Learning Market	31
ภาพที่ 4.1: Product's Positioning Map	32
ภาพที่ 4.2: 4Ps	33
ภาพที่ 4.3: 4Cs	35
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงาน	38
ภาพที่ 6.1: ผังขั้นตอนการผลิตสินค้า	41
ภาพที่ 6.2: ผังขั้นตอนและกระบวนการส่งสินค้า	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำตัวธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ

ผู้จัดทำ Bro Bear Baking เริ่มธุรกิจผลิตคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้าน เบเกอรี่ เนื่องจากได้เห็นถึง เทรนด์ ธุรกิจที่มาแรงในปัจจุบัน และ เป็นเทรนด์ ที่จะเปลี่ยนวงการ การศึกษานั้นคือการเรียนในรูปแบบ ออนไลน์ ทางผู้จัดทำ เห็นถึงกระแสนี้ จึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าและได้ทราบว่า ในปัจจุบันนี้ ผู้คนไม่นิยมการเดินทางไปเรียนที่สถาบัน กันแล้ว เนื่องจากเสียเวลาการเดินทาง และ มีค่าใช้จ่ายที่สูง จึงเป็นสาเหตุ ให้คนนิยม การเรียนในรูปแบบออนไลน์มากกว่า ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงเริ่มต้นธุรกิจ การผลิต คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ขึ้นมา จากนั้นจึงเลือกหัวข้อที่น่าสนใจ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking ได้เลือกหัวข้อ เบเกอรี่เนื่องจาก เป็น หัวข้อ ที่มีคนสนใจเรียนจำนวนมาก ไม่ว่าจะเรียนเพื่อหารายได้เสริม หรือ เรียนเพราะความชอบ ความสนใจ และ ความชอบด้านเบเกอรี่ ก็ไม่ใช่แค่ คนไทย เท่านั้นที่ชื่นชอบ แต่รวมถึง ชาวต่างชาติ ด้วย จึงเป็นโอกาสในการขยาย ฐานกลุ่มลูกค้า ให้มากขึ้น ผู้จัดทำ Bro Bear Baking เล็งเห็นว่า ธุรกิจ ผลิตคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ธุรกิจที่เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ ใช้ต้นทุนไม่สูง และสามารถขยายเติบโต ได้อย่างรวดเร็ว แต่ คู่แข่งขันในธุรกิจนี้ก็สามารถเข้ามาได้ง่ายเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงคิดว่า ควรสร้าง แปรนด์ ให้ชัดเจน โดยการสร้าง เอกลักษณ์ ของ แปรนด์ ขึ้นมานั้นคือ หน้ากากหมี หน้ากากนี้ ทางแบรนด์ได้ทำการออกแบบขึ้นมาเอง และ ได้ทำการจดสิทธิบัตรการออกแบบ เพื่อไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking ได้สร้าง สโลแกน ขึ้นมา เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่า แปรนด์นี้มีลักษณะนิสัยเป็นยังไง สโลแกน คือ DREAM YOUR LIFE สื่อถึง ความฝันของคุณ ความฝันที่ยังไม่ได้มีโอกาสได้ทำ แต่ แปรนด์นี้ จะช่วยในการทำตามความฝันไปด้วยกัน ผู้จัดทำ Bro Bear Baking มี VISION คือการเป็นผู้สร้างคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ ที่มีคนสนใจเป็น TOP 5 ในประเทศไทย โดยทางผู้จัดทำ Bro Bear Baking มีเป้าหมายคือการ มีผู้ซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของ Bro Bear Baking อย่างน้อย 100 คน ต่อเดือน

Bro Bear Baking เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ในหัวข้อ เบเกอรี่ผู้เรียนสามารถเรียนที่ไหนก็ได้ขอแค่มีโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตเท่านั้นธุรกิจนี้เป็นธุรกิจผลิตและจำหน่ายเพื่อตอบสนองผู้สนใจเรียน ด้านเบเกอรี่ โดยทางผู้จัดทำ มี Value ให้กับผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคสามารถได้อาชีพใหม่ จากการมาลงเรียนกับ Bro Bear Baking และได้ความสุขจากการเรียนทำขนม

ภาพที่1.1: โลโก้ของบริษัท โบร แบร์ เบกกิ้ง (Bro Bear Baking)



ภาพข้างต้นแสดงโลโก้ของบริษัท โบร แบร์ เบกกิ้ง(Bro Bear Baking) ใช้หน้ากากหมี เป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใครเห็นหน้ากากนี้ก็จะนึกถึงแบรนด์ Bro Bear Baking

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ที่มาของ ธุรกิจ Bro Bear Baking เริ่มมาจากการเห็นกระแส การเรียนออนไลน์ ที่มาแรงในประเทศไทยและ ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งเกิดจาก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ที่ทำให้คนไม่จำเป็นต้องเดินทางออกจากบ้านไปเรียนที่สถาบัน เหมือนเมื่อก่อนแล้วพอ ผู้จัดทำ เห็นถึงเรื่องนี้ จึงได้เลือกที่จะทำธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จากนั้นจึงได้เลือกหัวข้อ เบเกอรี่ที่มาจาก ความสนใจของ ผู้จัดทำ และเล็งเห็นว่าหัวข้อนี้มีผู้สนใจเป็นจำนวนมากทั้งในไทยและต่างประเทศ และ ธุรกิจนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูงในการเริ่มต้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการ สร้างแบรนด์ Bro Bear Baking หลังจากที่ ผู้จัดทำ ได้เลือกทำธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จึงได้เริ่มศึกษาถึงปัญหาของการเรียนออนไลน์ ในปัจจุบัน โดยเริ่มที่ Youtube ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวม วิดีโอ ในหัวข้อต่างๆ ของคนทั่วโลกมารวมกัน หลังจากที่ได้ศึกษาค้นคว้าแล้ว จึงพบปัญหา คือ วิดีโอ ใน Youtube จะเน้นไปที่การ สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ดู โดยที่ไม่ได้ใส่ใจเนื้อหาที่คนดูจะสามารถนำไปทำจริงได้ จากนั้น ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงได้ไปศึกษาคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้าน เบเกอรี่ ของ คู่แข่งขันที่อยู่ในตลาด จึง พบปัญหาดังนี้ ปัญหาที่หนึ่งคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ยังมีจำนวนไม่เยอะจึงเป็นโอกาสในการผลิต

คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ มาตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ปัญหาที่สอง ผู้สอน ไม่ได้ติดตาม ดูแล ผู้เรียนเลย เวลาผู้เรียนมีคำถามต้องการจะถาม ผู้สอน จะใช้เวลามากกว่าผู้สอนจะติดต่อกลับมา จึงทำให้ผู้เรียนไม่พอใจอยู่บ่อยครั้ง ปัญหาที่สาม คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จำนวนหนึ่ง ที่มีราคาสูง เกินไป ทำให้ผู้เรียนเข้าไม่ถึง

จากการที่ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking ได้ทำการศึกษาปัญหาดังกล่าว จึงได้คิดวิธีการแก้ไข ปัญหา ดังนี้ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จะสร้าง เว็บไซต์ที่รวบรวมคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ สอนทำขนม ที่หลากหลาย ในราคาที่เข้าถึงได้ง่าย มีผู้สอนคอยติดตามการเรียนตลอดเวลา มีการสอน ที่เข้าใจง่าย หลังจาก ค้นคว้า ปัญหาของการเรียนออนไลน์ และ หาวิธีแก้ไข เสร็จ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึง ได้ศึกษาถึง จำนวนคู่แข่งชั้นของตลาด ในประเทศไทยจึงได้พบเว็บไซต์ Skillance เว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์ตัวกลางในการ จำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของคนไทย ทาง ผู้จัดทำ จึงได้ค้นคว้าและพบข้อมูลดังนี้

ตารางที่1.1: จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สอนไลน์(Skillance)

คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ Skillance	จำนวนคอร์ส
การลงทุน	345
พัฒนาตัวเอง	201
เตรียมสอบ	137
อุตสาหกรรม	19
คอมพิวเตอร์	269

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่1.1(ต่อ): จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Skillance)

สุขภาพ	40
ธุรกิจ	51
ถ่ายภาพ	136
ทำอาหาร	25
การตลาด	98
ภาษา	175
ไลฟ์สไตล์	124
Start up	11
สร้างอาชีพ	19

ภาพข้างต้น แสดงถึง จำนวน คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ของ เว็บไซต์ Skillance มีจำนวน
หมวดหมู่ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ 14 หมวดหมู่

ได้แก่ การลงทุน345คอร์ส , พัฒนาตัวเอง201คอร์ส , เตรียมสอบ137 คอร์ส , อุตสาหกรรม 19
คอร์ส , คอมพิวเตอร์269 คอร์ส , สุขภาพ40 คอร์ส , ธุรกิจ 51 คอร์ส

ถ่ายภาพ136 คอร์ส , ทำอาหาร 25 คอร์ส, การตลาด 98 คอร์ส , ภาษา 175 คอร์ส, ไลฟ์สไตล์ 124
คอร์ส , Start up 11 คอร์ส, สร้างอาชีพ 19 คอร์ส

โดยทั้ง 14 หมวดนี้ มีจำนวน คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ทั้งสิ้น 1650 คอร์สการเรียนการสอน
ออนไลน์โดยในหมวดทำอาหารและทำขนม มีจำนวน คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ทั้งสิ้น 25
คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์เท่านั้น แสดงถึง จำนวนสินค้าที่ยังมีน้อยอยู่ในตลาด ทำให้ ผู้จัดทำ
Bro Bear Baking เห็นถึงโอกาสในการเข้ามา ทำ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

เบเกอรี่จำหน่าย ใน เว็บไซต์ Skillance และ นอกจากเว็บไซต์ Skillance ที่เป็น เว็บไซต์ตัวกลาง
จำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของประเทศไทยแล้ว ทาง ผู้จัดทำ Bro Bear Baking ยัง
เห็นถึงโอกาสในการจำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ไปยังตลาดต่างประเทศด้วย โดย การ
จำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ที่เว็บไซต์Udemy ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตัวกลางจำหน่าย
คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ใหญ่ที่สุดใน ต่างประเทศ
ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและพบข้อมูลดังนี้

ตารางที่1.2: จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Udemy)

คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ Udemy	จำนวนคอร์ส
พัฒนา	10,000
ธุรกิจ	10,000
บัญชี	3,826
It	10,000
การผลิต	3,571
พัฒนาตัวเอง	10,000
ดีไซน์	8,163
การตลาด	6,709

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่1.2(ต่อ): จำนวนคอร์สในเว็บไซต์จำหน่ายคอร์สออนไลน์(Udemy)

ไลฟ์สไตล์	3,623
ถ่ายรูป	2,004
สุขภาพ	5,070
ดนตรี	3,159
วิชาการ	10,000

ภาพข้างต้นแสดงถึง จำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของ เว็บไซต์ Udemy ซึ่งมีจำนวนหมวดหมู่คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ 13 หมวดหมู่ ได้แก่ พัฒนา 10,000 คอร์ส , ธุรกิจ 10,000 คอร์ส , บัญชี 3,826 คอร์ส , IT 10,000 คอร์ส, การผลิต 3,571 คอร์ส พัฒนาตัวเอง10,000 คอร์ส, ดีไซน์ 8,163 คอร์ส, การตลาด 6,709 คอร์ส , ไลฟ์สไตล์ 3,623 คอร์ส ถ่ายรูป 2,004 คอร์ส , สุขภาพ 5.070 คอร์ส ,ดนตรี 3,159 คอร์ส และ วิชาการ 10,000 คอร์ส โดยทั้ง 13 หมวดนี้ มีจำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ทั้งสิ้น 86,000 คอร์ส โดยในหมวด เบเกอรี่ มีจำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ทั้งสิ้น 177 คอสออนไลน์ ทางผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงเห็นถึงโอกาสในการจำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ไปยังตลาดต่างประเทศ

1.3วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้

1.3.1เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำแบรนด์ Bro Bear Baking ให้เติบโตตามที่วางแผนไว้ โดยไม่หลงจากแผนเดิม คือ เป็นแบรนด์ ที่ผู้บริโภคนึกถึง การเรียนการสอนด้านเบเกอรี่ และ ผู้บริโภคจะนึกถึงหน้ากาขนมที่เป็น ตัวแทนประจำแบรนด์ Bro Bear Baking

1.3.2เพื่อให้ผู้สนใจร่วมลงทุนในธุรกิจมีความเข้าใจถึง องค์ประกอบทางธุรกิจของ Bro Bear Baking ได้อย่างง่าย รวดเร็ว โดยไม่ทำให้ผู้ที่สนใจร่วมลงทุนเข้าใจผิด

1.3.3เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ โดย การกำหนด องค์ประกอบของทางธุรกิจให้ครบถ้วน เช่น

สินค้าของแบรนด์คืออะไร คุณค่าที่มอบให้ผู้บริโภคคืออะไร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือใคร เงินลงทุนมาจากไหน จะหารายได้ยังไง และ ถ้าทุกอย่างไม่เป็นไปตามแผน จะมีแผนสำรองยังไงต่อไป ทั้งหมดนี้เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้

1.3.4 เพื่อที่จะได้เห็นทิศทางของธุรกิจได้อย่างชัดเจน เช่น การมองเห็นว่า ในอีก 2 ปี ธุรกิจ Bro Bear Baking จะดำเนินกิจการไปในทิศทางไหน

1.4 รูปแบบของธุรกิจ และ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ Bro Bear Baking เป็นธุรกิจผลิตและจำหน่าย คอสเรียนออนไลน์ ที่เกี่ยวกับเบเกอรี่ โดยในตอนเริ่มต้น แบรนด์ Bro Bear Baking จะเน้นจำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ในหัวข้อ ช็อคโกแลต เพื่อให้เป็น จุดเด่นของแบรนด์ และหลังจากทำเรื่อง ช็อคโกแลต ไประยะหนึ่ง ก็จะจำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ใน หมวดอื่นๆด้วยเพื่อ ความหลากหลายของสินค้าและเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เช่น หมวด ขนมไทย สามารถขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้ชาวต่างชาติได้ หรือ หมวด ขนม ที่สามารถทำได้ง่ายๆ สามารถขายให้กับ ผู้เริ่มต้นทำขนมที่ต้องการทำขนมที่สามารถทำได้ง่ายๆ

Business Model Canvas

ตารางที่ 1.3: Business Model Canvas

Key Partners	<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ตัวกลางในการขายคอสให้เราทั้งคนไทยและคนต่างชาติ - ฟรีแลนซ์ที่ทำงานที่เราทำไม่ได้
--------------	--

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่1.3(ต่อ): Business Model Canvas

<p>Key Activities</p>	<p>-ทำ content เบเกอรี่ลงโซเชียลที่เรามี</p> <p>- ทำสินค้า(คอสออนไลน์,สินค้าอื่นๆ)</p> <p>- คอลแลปกับ ยูทูบเบอร์คนอื่น</p> <p>โปรโมทช่องทางโซเชียลให้ดัง-, โปรโมทสินค้าให้ขายได้</p>
<p>Key Resources</p>	<p>-ความรู้ทำขนม</p> <p>-ความรู้การทำโซเชียลมีเดียให้ดัง</p> <p>-ความรู้การทำการตลาดให้สินค้าขายได้</p> <p>-พนักงานที่มาช่วยเราทำ content , การตลาด</p>
<p>Value Propositions</p>	<p>-สร้างความสุขให้คนดู</p> <p>-สร้างอาชีพให้คนดูในราคาไม่แพง</p> <p>-บำบัดเครียดให้คนดู</p> <p>-ให้คนดูได้มีโอกาสทำสิ่งใหม่ๆจะได้ไม่เบื่อ</p> <p>-ให้คนดูได้ทำสิ่งที่ชอบเป็นงานอดิเรก</p> <p>-ให้คนดูทำตามได้ สามารถทำให้สามี ลูกกินได้</p>
<p>Customer Relationships</p>	<p>- ข้อมูลฟรีจาก ช่องทางโซเชียล</p> <p>- ถ้าคนดู วิดีโอของเรา เอาสินค้าไปฟรี</p> <p>- ใครชวนเพื่อนมาเรียน ลดราคาสินค้า</p>
<p>Channels</p>	<p>Facebook , Youtube, website ,</p> <p>lg , blockdit , pantip , udeemy ,</p> <p>skillance ,</p> <p>Tik tok</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่1.3(ต่อ): Business Model Canvas

<p>Customer Segments</p>	<p>- แม่บ้าน part time,full time ทำขนมเป็นงานอดิเรก ทำให้ลูกสามีกิน , บำบัดเครียด , ทำขาย , หาประสบการณ์ใหม่ , ให้ชีวิตไม่เบื่อ , เพิ่มคุณค่าให้ตัวเอง</p> <p>-แม่ค้า ทำขนมเพื่อขาย</p> <p>จับกลุ่มปานกลางในราคา 500-2000 บาท</p>
<p>Cost Structure</p>	<p>-ค่าจ้างฟรีแลนซ์</p> <p>-ค่าเว็บไซต์</p> <p>-ค่าอุปกรณ์</p> <p>-ค่าวัตถุดิบ</p> <p>-ค่าการตลาด</p> <p>-ค่าจ้างคนงานต่างๆ</p>
<p>Revenue Structure</p>	<p>-Youtube(ค่าโฆษณา,ค่าสปอนเซอร์ ,affiliate)</p> <p>-Website ตัวเอง (คอสเรียนออนไลน์, สปอนเซอร์ , affiliate)</p> <p>-สินค้า(คอสออนไลน์ให้คนไทย , คอสออนไลน์ให้ต่างชาติ , สินค้าลิขสิทธิ์ที่เป็นตัวหมีให้ไทยและต่างชาติ ,</p>

จากภาพข้างต้นแสดงภาพ Business Model Canvas ของธุรกิจ มีปัจจัยทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ Value Propositions , Customer Segments , Customer Relationships , Channels Key Activities , Key Resources , Key Partners , Cost Structure และ Revenue Structure

1.4.1 คุณค่าที่มอบให้ (Value Propositions)

ผู้บริโภครจะได้รับความสุขในการเรียนการสอนของ Bro Bear Baking ผู้บริโภคสามารถรับชมเพื่อความบันเทิง หรือ เพื่อ สร้างอาชีพด้านการจำหน่ายเบเกอรี่ในอนาคต เนื่องจาก หากผู้บริโภคต้องการจำหน่าย เบเกอรี่ ผู้บริโภค อาจจะต้องไปเรียนจากสถาบันต่างๆ ที่มีราคาค่อนข้างสูง เดินทางไปเรียนลำบากหรือ ถ้าเรียนจาก Youtube ผู้บริโภคอาจไม่สามารถทำจริงได้ หรือ มีปัญหาติดขัดในการทำเนื่องจาก Youtube สร้างมาเพื่อความบันเทิงเป็นหลักไม่ได้สร้างมาเพื่อ เน้นการเรียนการสอนเบเกอรี่ หากมาเรียนกับทาง Bro Bear Baking ผู้บริโภคจะได้อาชีพไป ในราคาไม่แพง

ผู้บริโภครจะได้โอกาสในการทำสิ่งที่ตัวเองชอบหรือได้ทำกิจกรรมใหม่ๆที่ผู้บริโภครอาจไม่มีโอกาสได้ทำในอดีตเนื่องจาก ติดปัญหาด้านเวลา หรือ ไม่มีงบประมาณพอ ในการเรียน หรือ ผู้บริโภครสามารถทำให้คนในครอบครัว สามีนี หรือ ลูกหลานได้กิน

1.4.2 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

เป้าหมายผู้บริโภครที่ Bro Bear Baking เลือกคือ แม่บ้าน ที่ทำขนมเพื่อเป็น งานอดิเรก ที่ทำขนมให้ครอบครัวกิน ที่ทำขนมเพื่อคลายเครียด ทำขนมเพื่อจำหน่าย ทำขนมเพราะต้องการทำอะไรใหม่ๆ และ แม่ค้าที่ทำขนมเพื่อเป็นอาชีพ

1.4.3 ช่องทาง (Channels)

ช่องทางการสื่อสารของ Bro Bear Baking จะใช้ช่องทาง Online ทั้งหมด ได้แก่ Facebook Youtube, Ig , blockdit , pantip , Tik tok แบนด์ Bro Bear Baking สื่อสารผ่านช่องทางเหล่านี้โดย การ เขียนบทความ แชร์ข้อมูลเบเกอรี่ที่มีประโยชน์ แชร์คลิปวิดีโอ ที่ทำโดย Bro Bear Baking เพื่อให้ผู้บริโภคร รู้จักแบนด์ Bro Bear Baking มากขึ้น และ เพื่อสร้างผู้ติดตามของแบนด์ Bro Bear Baking ในแต่ละช่องทางให้มากขึ้น เพื่อ จำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้แก่ผู้ติดตาม และ เพื่อ ขยายธุรกิจ ในอนาคต

1.4.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

ผู้บริโภครจะได้ข้อมูลฟรีจากโซเชียลมีเดีย เช่น บทความ และ วิดีโอ เบเกอรี่ ที่มีประโยชน์

และ แบนด์ Bro Bear Baking ได้ทำโปรโมชั่นหลายอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคนำคลิปของแบนด์ Bro Bear Baking เป็นจำนวน 20 คลิป ผู้บริโภคจะได้ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของ Bro Bear Baking ฟรี 1 คอร์ส และถ้าผู้บริโภคนำเพื่อน หรือ ครอบครัว มาเรียน ผู้บริโภค จะได้รับส่วนลดค่าเรียน กับทาง แบนด์ Bro Bear Baking

1.4.5 พันธมิตร (Key Partners)

พันธมิตรของ แบนด์ Bro Bear Baking คือ เว็บไซต์ตัวกลางในการขายคอร์สการเรียน การสอนออนไลน์ ของ คนไทยคือ Skillance และ เว็บไซต์ตัวกลางในการขายคอร์สการเรียน การสอนออนไลน์ ที่ใหญ่ที่สุดในต่างประเทศคือ เว็บไซต์ Udemy ที่เป็นที่ยอมรับของคอร์สการเรียน การสอนออนไลน์ จำนวนมากและรวมผู้ที่สนใจเรียนออนไลน์ ไว้จำนวนมาก และ เว็บไซต์ Fastwork เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมฟรีแลนซ์คนไทยที่มีความสามารถมาทำงานในด้าน กราฟฟิก ดีไซน์ ให้กับทาง Bro Bear Baking และ เว็บไซต์ Fiverr เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมฟรีแลนซ์ต่างชาติ ที่มีฝีมือมารวมกัน ที่สามารถมาช่วยทำงานกับแบนด์ Bro Bear Baking ได้ในด้าน การแปลภาษา และ การพากย์เสียง

1.4.6 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

กิจกรรมหลักของ Bro Bear Baking คือ สร้าง Content เบเกอรี่ลง ช่องทาง Online ของ Bro Bear Baking เพื่อให้ผู้บริโภคเห็น แบนด์ Bro Bear Baking มากขึ้น เพื่อสร้างผู้ติดตามให้กับ แบนด์ เพื่อ จำหน่ายสินค้าให้ได้มากขึ้น กิจกรรมต่อไปคือ การสร้างสินค้าเพื่อจำหน่ายคือ สร้าง คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์เบเกอรี่ มาจำหน่ายให้กับ คนไทย และ คนต่างชาติ กิจกรรมสุดท้าย คือ การโปรโมท แบนด์ Bro Bear Baking ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โปรโมทสินค้า คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้ขายได้มากยิ่งขึ้น

1.4.7 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรของ Bro Bear Baking คือ ความรู้ด้านเบเกอรี่ และ ผู้ติดตามของแบนด์ Bro Bear Baking

1.4.8 ค่าใช้จ่ายธุรกิจ (Cost Structure)

ค่าใช้จ่ายของธุรกิจ คือ ค่าวัตถุดิบ อุปกรณ์ ในการทำเบเกอรี่ เพื่อทำ Content เพื่อทำ สินค้า ค่าการตลาด, ค่าจ้างฟรีแลนซ์

1.4.9 รายได้ (Revenue Structure)

รายได้ของธุรกิจในปัจจุบันมาจากการขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์
แต่ รายได้ในอนาคต จะมาจากการขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจใกล้เคียง เช่น การทำสินค้าที่มาจาก
หน้ากากหมี ที่เป็นเอกลักษณ์ของ แบรินด์ หรือ การรับ สปอนเซอร์ผู้สนับสนุน
แบรินด์ Bro Bear Baking



บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

ภาพที่2.1: PESTEL Analysis



ที่มา : Business to you. (2019). *PESTEL Analysis*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2svSt3Y>

จากภาพข้างต้นแสดงโมเดล PESTEL มีทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ Political , Economic , Social , Technological , Environmental , Legal

2.1.1 ปัจจัยด้านการเมือง (Political)

ปัจจัยด้านการเมือง ที่ส่งผลต่อธุรกิจ Bro Bear Baking เช่น นโยบาย Thailand 4.0 เป็น นโยบายที่สนับสนุนคนไทยให้เติบโตก้าวหน้าไปพร้อมกับ เทคโนโลยี ที่พัฒนา ซึ่งส่งผลให้คนไทยเข้าถึง อินเทอร์เน็ต ได้มากขึ้น ทำให้ Bro Bear Baking มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะสนใจมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ Bro Bear Baking เช่น อัตราแลกเปลี่ยน สกุลเงิน ธุรกิจ Bro Bear Baking ได้จำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้กับชาวต่างชาติ ผ่าน เว็บไซต์ตัวกลาง Udemy ที่รวบรวมชาวต่างชาติจำนวนมากที่สนใจการเรียนออนไลน์ในหลากหลาย

สาขา และ สกุลเงินที่

แบรนด์ Bro Bear Baking จำหน่ายในเว็บไซต์นี้คือ สกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ ถ้า อัตราแลกเปลี่ยนของ สกุลเงินประเทศไทย กับ สกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ มีการเปลี่ยนแปลง จะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่ Bro Bear Baking ได้รับ และ ยังรวมถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า คอสอบออนไลน์ ของ ชาวต่างชาติด้วย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจต่อไป คือ อัตราการจ้างงานและอัตราการว่างงาน ในปัจจุบันประเทศไทยในปี 2562 มีคนตกงานเป็นจำนวนมากมีโรงงานปิดตัวมากมาย แม้แต่ธุรกิจใหญ่ๆ ก็ยังมีการปรับลดพนักงานลง จากปัจจัยทางเศรษฐกิจนี้ ทำให้มีคนที่ว่างงานจำนวนมาก ทาง Bro Bear Baking จึงเห็นโอกาสว่าถ้าทำสินค้า คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่ตอบโจทย์ กลุ่มคนว่างงานนี้ได้ จะมีโอกาสในการ จำหน่ายสินค้าให้กับพวกเขาได้เช่น คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ที่ทำขนมต้นทุนต่ำ ทำง่าย สามารถขายได้ง่ายๆ และ มีค่าเรียนที่ไม่แพง หรือ ทำโปรโมชั่น ถ้าผู้บริโภค แอร์ คลิปให้กับ Bro Bear Baking ผู้บริโภคจะได้สินค้าไปฟรี ทางผู้จัดทำ อาจจะได้รายได้ตรงนี้ไม่เยอะ แต่ที่แบรนด์ Bro Bear Baking ได้เลยคือ จำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคเห็น แบรนด์ Bro Bear Baking มากขึ้น เป็นต้น

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจต่อไป คือรายได้ของคนในประเทศ จากปัจจัยนี้ ส่งผลต่อ ธุรกิจ Bro Bear Baking คือ การกำหนดราคาสินค้า ของ แบรนด์ Bro Bear Baking เนื่องจาก การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย คือ แม่บ้าน และ แม่ค้า ที่มีรายได้ระดับกลาง ดังนั้น ถ้ารายได้ของคนในประเทศไม่สูง จะทำให้การกำหนดราคาสินค้าของ Bro Bear Baking ไม่สูงตามไปด้วย และ จะทำให้รายได้ของแบรนด์น้อยลง ปัจจัยเศรษฐกิจต่อมาคือ การเติบโตของเศรษฐกิจ

ถ้าการเติบโตของเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง ผู้บริโภคจะมีกำลังซื้อ ทำให้สินค้า คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของแบรนด์ Bro Bear Baking มีโอกาสขายได้มากขึ้น แต่ ถ้าการเติบโตของเศรษฐกิจ อยู่ในระดับที่ไม่ดี ผู้บริโภคไม่มีกำลังซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จะมีโอกาสขายได้น้อยลง ปัจจัยเศรษฐกิจสุดท้ายคือ ต้นทุน ซึ่งต้นทุนนี้มีหลากหลายเช่น ต้นทุนค่าแรงงาน ต้นทุนค่าเดินทาง ต้นทุนค่าวัตถุดิบ ต้นทุนการใช้ชีวิตในประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ มีผลกระทบอย่างมาก เช่น ต้นทุนค่าวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบมีราคาแพง ผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้า ที่อยากทำธุรกิจด้านเบเกอรี่ ก็จะมีความเสี่ยงที่จะต้องแบกรับการขาดทุนสูง ทำให้คนไม่ยอมทำธุรกิจด้านเบเกอรี่และ ถ้าเกิดเหตุการณ์แบบนี้คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ก็จะมีโอกาสการขายได้น้อยลง หรือ ต้นทุนการใช้ชีวิต เช่น ถ้าผู้บริโภคมีปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต สินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ จะมีโอกาสการขาย

ได้น้อยลง

2.1.3 ปัยจัยด้านสังคม (Social)

ปัยจัยด้านสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เช่น วัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อธุรกิจ Bro Bear Baking ยกตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิปัญญาในอดีตที่เกี่ยวกับการทำขนม ผู้จัดทำ Bro Bear Baking เห็นถึงคุณค่าของ ภูมิปัญญานั้น จึงไม่ยาก ให้ ความรู้นั้นหายไปตามเวลา จึงได้คิดที่จะเอาภูมิปัญญาการทำขนมของประเทศไทย มาเผยแพร่ ให้คนไทยและต่างประเทศ

ปัยจัยด้านสังคมต่อมาก็คือ ค่านิยม ของคนในประเทศนั้นๆ เช่น ค่านิยม การเรียนทำขนม ของคนไทยประเทศไทยยังมีค่านิยม ในการไปเรียนตาม สถาบันต่างๆ เพราะมีความเชื่อว่า จะได้ ความรู้ มากกว่าเพราะค่านิยมนี้ การเรียนออนไลน์ จึงยังมีผู้บริโภคน้อยคน ไม่ให้ความเชื่อถือ จึงทำให้ขายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ กับ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ยาก ปัยจัยด้านสังคมต่อมาก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เช่นคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ที่สอนโดยผู้มีชื่อเสียง จะมีโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ มากกว่าการสอนโดยผู้ไม่มีชื่อเสียง แม้จะมีความรู้ความสามารถเท่ากัน พฤติกรรมนี้ ทำให้แบรนด์ Bro Bear Baking ต้องสะสมผู้ติดตาม และ สร้าง เนื้อหาให้คนเชื่อถือก่อน เพราะเป็นแบรนด์ใหม่

ปัยจัยด้านสังคมต่อมาก็คือ การใช้ชีวิต เช่น ปัจจุบันนี้ ผู้คนชื่นชอบความสะดวกสบายไม่ อยากรงมือทำอะไรเอง ทุกอย่างต้องมีเทคโนโลยี มาช่วย ปัยจัยด้านนี้ทำให้คอร์สการเรียนการสอน ออนไลน์ เบเกอรี่มีโอกาสขายได้น้อยลง เพราะ คนไม่อยากรงมือทำขนมเองอีกแล้ว แต่ ถ้ามองใน อีกแง่หนึ่ง ถ้ามีคนทำขนมรับประทานเองน้อยเท่ากับว่าคนเหล่านั้นก็ต้องมาซื้อขนมข้างนอก รับประทาน ตรงจุดนี้ผู้จัดทำ Bro Bear Baking มองเห็นเป็นโอกาสว่า ถ้าเรา เน้นจุดนี้ลงไป ใน คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์แล้วขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้กับ พ่อค้าแม่ค้า หรือ แม่บ้าน ที่จะทำขนมเพื่อจำหน่าย ก็จะมีโอกาสที่สินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จะขายได้ ปัยจัยด้านสังคมสุดท้ายคือ โครงสร้างพื้นฐาน คนในประเทศไทยมีจำนวน 60 ถึง 69 ล้านคน แต่คนที่เข้าถึง อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ยังมีไม่มากพอ เนื่องจาก แบนด์ Bro Bear Baking เป็นธุรกิจที่ทำอยู่บน อินเทอร์เน็ต เท่านั้น ถ้าผู้บริโภคที่เข้าไม่ถึง อินเทอร์เน็ต ก็จะไม่สามารถซื้อสินค้าของแบรนด์ Bro Bear Baking ได้ ปัยจัยนี้จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

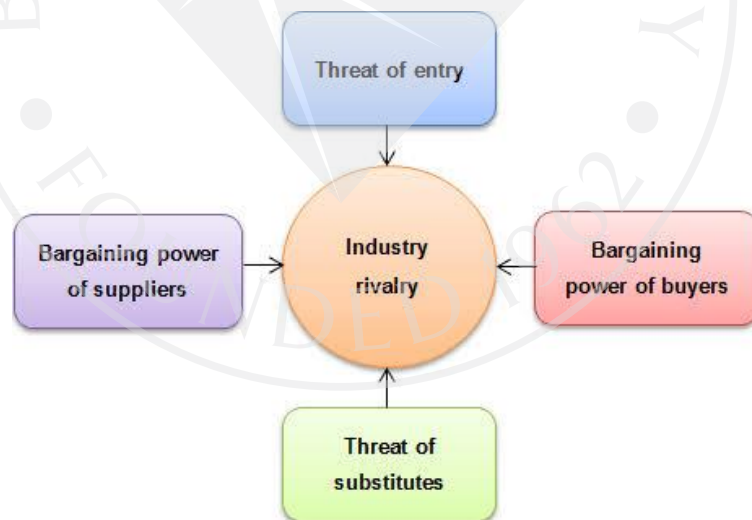
2.1.4 ปัยจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology)

ปัยจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน ถ้าประเทศไหนที่มีเทคโนโลยี

ที่ยังล่าช้า การเข้ามาเรียนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ก็ยังไม่สามารถทำได้ หรือ ประเทศไหนที่จำกัดการใช้งานด้านเทคโนโลยี ก็ไม่สามารถมาซื้อสินค้าหรือเห็น แบนด์ Bro Bear Baking ได้เช่นกัน ปัจจัยนี้จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ปัจจัยเกี่ยวกับ เทคโนโลยี ต่อมาคือ การเข้าถึงเทคโนโลยีของคนในประเทศหรือ ช่องทางในการเข้าถึงสื่อ ถ้าผู้คนในประเทศนั้นๆ ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ แบนด์ Bro Bear Baking ก็จะมีสูญเสีย คนที่อาจจะมาซื้อสินค้ากับทางแบรนด์ และ ถ้าคนในประเทศนั้นๆ จำกัดในการเข้าถึงสื่อ เช่น มีข้อจำกัดห้ามเข้า ใช้ Facebook แต่แบรนด์ Bro Bear Baking มีการโปรโมทใน Facebook เป็นหลัก ทางแบรนด์ Bro Bear Baking ก็อาจจะสูญเสียลูกค้าส่วนนี้ไป ปัจจัยด้านเทคโนโลยี สุดท้าย คือ การสื่อสาร เช่น ช่องทางการสื่อสารหลักของคนในประเทศไทยในปี 2559 คือ แอปพลิเคชัน LINE แสดงถึงช่องทาง การสื่อสารที่ แบนด์ Bro Bear Baking ควรมี

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

ภาพที่ 2.2: Five Forces Model



ที่มา : strategic management insight. (2019). *Five Forces Model*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2LZ6uOj>

จากภาพข้างต้นแสดงโมเดลโครงสร้างของ Five Forces Model ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านได้แก่ Industry Rivalry , Bargaining Power of Suppliers , Bargaining Power of Buyers

, Threat of Substitute , Threat of Entry ทั้ง 5 ปัจจัยนี้คือเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อสภาพการแข่งขันของธุรกิจ

2.2.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ปัจจุบันเทรนด์การเรียนรู้ออนไลน์กำลังเป็นที่ให้ความสนใจของผู้คน จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมจึงมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น ผู้ที่ทำอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ เบเกอรี่ ยกตัวอย่าง คือ เซฟ ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวงการเบเกอรี่ มีทั้งความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และมี คอนเนคชั่น สิ่งที่คุณกลุ่มนี้ขาด คือ ความแตกต่างในตลาด ฐานผู้ติดตามในโซเชียลมีเดีย และ ความรู้ในการทำตลาดออนไลน์ แต่กลุ่มนี้ก็ มีความเชี่ยวชาญในด้านเบเกอรี่ อย่างแท้จริง จึงถือว่าเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวมาก กลุ่มต่อไป คือ เน็ตไอดอล หรือ กลุ่มคนที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก กลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่ เป็นที่รู้จัก ทั้งใน ออนไลน์ และ ออฟไลน์ ไม่ว่าจะทำอะไรก็จะมีคนติดตามผลงานจำนวนมาก ทำให้มีความได้เปรียบอย่างมากในการทำธุรกิจนี้ กลุ่มสุดท้ายที่เป็นคู่แข่งกันคือ กลุ่มนักลงทุน กลุ่มนี้จะไม่ได้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านเบเกอรี่ หรือ มีฐานแฟนคลับ อย่าง กลุ่มเน็ตไอดอล แต่กลุ่มนี้จะมีเงินทุนมหาศาล ซึ่งสามารถจ้างเซฟและเน็ตไอดอลมาทำงานให้ตัวเองได้ คู่แข่งกลุ่มนี้จึงอันตรายมาก แต่ กลุ่มนักลงทุนนี้ ณ ปัจจุบัน ยังไม่ได้เข้ามาทำใน อุตสาหกรรมนี้ เนื่องจาก ผลตอบแทนยังไม่สูงมากเท่าไรนัก และ อุตสาหกรรมนี้ ยังต้องใช้ระยะเวลา ในการ สร้างแบรนด์ ให้กลุ่มผู้บริโภคเชื่อใจ ดังนั้น ณ ปัจจุบันที่ผู้คนยังไม่เห็นถึงโอกาสในธุรกิจนี้มากนัก แบรนด์ Bro Bear Baking จึงต้องเร่งสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักโดยเร็ว ดังนั้น การเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ณ ปัจจุบัน การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนี้อยู่ในระดับปานกลาง ยังไม่สูงมากเท่าไรนัก

2.2.2 ภัยคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance)

ณ ปัจจุบันมีผู้จำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ จำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นจำนวนที่ยังไม่สูงเท่าไรนัก โดยวัดจากจำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ ทั้ง ใน ประเทศไทย และ ต่างประเทศ แต่ ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจาก อุตสาหกรรมนี้ ไม่ได้มีกำแพงหรือความยุ่งยากในการเข้ามาทำ ไม่ว่าจะเป็น เซฟด้านเบเกอรี่ เน็ตไอดอล หรือ กลุ่มนักลงทุน ก็สามารถเข้ามาทำธุรกิจนี้ได้ แต่ ไม่ใช่ ทุกคน ที่จะเลือกมาทำ หรือ ประสบความสำเร็จจากอุตสาหกรรมนี้ เนื่อง จากธุรกิจนี้ต้องมี องค์ประกอบสู่ความสำเร็จ หลายอย่าง เช่น ความรู้ความสามารถ ในการจะเปิดคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ขึ้นมาขาย จำเป็นต้องมีความรู้ที่มากกว่าข้อมูลฟรี ใน อินเทอร์เน็ต และ จะต้องตอบ คำถามของผู้เรียนได้ ผู้สอนจึงต้องมีข้อมูลความรู้ที่สูง และ ต้องมีแบรนด์ที่ผู้บริโภคเชื่อใจ ซึ่งในการ

สร้างแบรนด์ ขึ้นมา ให้ผู้บริโภคชื่นชอบเชื่อใจและมาเป็นผู้ติดตามแบรนด์ได้ จะต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างเนื้อหาให้ผู้คนติดตาม ไม่ว่าจะ เป็น บทความ หรือ วิดีโอ ซึ่งต้องใช้ความต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และ ทำให้ ผู้คนชอบ และ ต้องมีความแตกต่าง ถ้าคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้โดยไม่ได้มีอะไรใหม่ แตกต่าง หรือ สะดุดตาเลย จะเป็นที่ยึดจิกได้ยาก และ ต้องมีเงินทุน เนื่องจากธุรกิจนี้ ยังไม่สามารถทำรายได้ ได้ในทันที ที่เริ่มทำจึงต้องมีเงินทุนหมุนเวียน องค์กรประกอบทั้งหมดนี้คือ อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ดังนั้น ภัยคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ จึงอยู่ในระดับปานกลาง

2.2.3 อำนาจต่อรองของ ซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

Suppliers ในที่นี้คือ วัตถุดิบอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับเบเกอรี่ ซึ่งในธุรกิจนี้ต้องมีการสร้างเนื้อหาให้ผู้บริโภคอยู่เสมอ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายของวัตถุดิบอุปกรณ์ เบเกอรี่ จึงค่อนข้างสูง ซึ่งส่งผลต่อ ต้นทุนการผลิตสินค้าหรือ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ และ ส่งผลต่อเงินหมุนเวียนในธุรกิจด้วย แต่ ร้านค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบอุปกรณ์เบเกอรี่นั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากและรวมถึง การจำหน่าย วัตถุดิบอุปกรณ์เบเกอรี่ในอินเทอร์เน็ต ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น อำนาจต่อรองของ Suppliers จึงมีต่ำ

2.2.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute)

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของธุรกิจนี้ คือ ข้อมูลฟรี ใน อินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลใน GOOGLE หรือ ข้อมูลใน YOUTUBE ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนที่ผู้คนจำนวนมากเลือกก่อนสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ซึ่ง แบรินด์ Bro Bear Baking เห็นถึงจุดนี้และหาวิธีแก้ คือ การทำ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้มีข้อมูลที่ดีกว่า ข้อมูลฟรี ในอินเทอร์เน็ต และการรวมข้อมูลให้มาอยู่เท่าๆเดียวกัน เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค เนื่องจาก การหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตตอนนี้ เราต้องหาข้อมูลหลายๆที่ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเสียเวลามากในการที่จะได้ข้อมูลที่ต้องการ ถ้า Bro Bear Baking รวบรวมข้อมูลแล้วประหยัดเวลาผู้บริโภคในจุดนี้ได้ ผู้บริโภคก็มีโอกาสจะเลือกซื้อสินค้าของ Bro Bear Baking และการสร้างความแตกต่าง ให้กับคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ให้ต่างจากข้อมูลฟรี ที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเลือกซื้อสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ดังนั้น ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมนี้จึงมีค่อนข้างสูง

2.2.5 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

อำนาจต่อรองของลูกค้ามีสูง เนื่องจาก มีสินค้าทดแทน คือ ข้อมูลฟรีใน อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกก่อนการซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ถึงแม้ว่าสินค้าทดแทนจะมีสิ่งที่

ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้ แต่ก็ยังเป็นข้อมูลฟรี ที่ทุกคนเข้าถึงได้ง่าย จึงเป็น สินค้าทดแทนที่อันตรายต่อ อุตสาหกรรมนี้ ดังนั้น อำนาจต่อรองของลูกค้า จึงมีค่อนข้างสูง

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงในด้านต่างๆของ Bro Bear Baking

คู่แข่ง	เวลาที่สอน	ราคาต่อคอส	ชื่อเสียงคนสอน	แบรนด์
สุจิตรา ดิยะ	3 ชั่วโมง	990	กลาง	3 ปี
ครูเจียบ้านขนม	40 นาที	590	กลาง	4 ปี
Bro Bear Baking	1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	300	ต่ำ	3 เดือน
เรียนทำขนม ราคาหลักร้อย by krujoy	30 นาที	89	กลาง	1ปี
สอนทำขนม ออนไลน์ by natchu	1 ชั่วโมง	399	กลาง	2 ปี
วัลลภา ประทาน พรทิพย์	30 นาที	99	กลาง	1 ปี
สอนทำขนม ออนไลน์ by ครู อู๋ม	1 ชั่วโมง	1500	กลาง	2ปี

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและข้อได้เปรียบของ Bro Bear Baking ในด้าน ปริมาณข้อมูลเวลาในการสอนและราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางตรงของ แปรนด์อื่นๆ

ภาพที่ 2.3: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สุจิตรา ดิยะ



ที่มา : sanook (2019). ขนมเป็ยยะแฟนซีสร้างอาชีพ. สืบค้นจาก <https://learning.sanook.com/77374/>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูปคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ของ คู่แข่งทางตรง สุจิตรา ดิยะ ซึ่งมีระยะเวลาการสอนในคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ถึง 3 ชั่วโมง มีราคาอยู่ที่ 990 บาท เป็นแบรนด์ ที่มีชื่อเสียงปานกลาง และ ณ ปัจจุบัน คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ นี้ มีจำหน่ายอยู่ที่ เว็บไซต์ตัวกลาง Skillance ซึ่งเป็นเว็บไซต์ตัวกลางในการขายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของคนไทย ณ ปัจจุบัน แบนด์นี้มีจำหน่ายที่ เว็บไซต์ Skillance ที่เดียวซึ่งถือว่ายังไม่มีหลากหลายของช่องทางจำหน่ายสินค้า แต่สินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของแบนด์นี้มีคุณภาพ ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อได้

ภาพที่ 2.4: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง ครูเจียบบ้านขนม



ที่มา : Facebook (2019). *สอนทำขนม by ครูเจียบบ้านขนมหวาน*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2S2BSiT>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูป คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ของ ครูเจียบบ้านขนม มีราคาอยู่ที่ 1290 บาทแบรนด์นี้เน้นจำหน่ายสินค้าที่ แฟนเพจ Facebook ของตัวเองเท่านั้นไม่ได้มีจำหน่ายที่อื่น มีข้อดีอยู่ที่ไม่ต้องแบ่งกำไรกับใคร มีข้อเสียอยู่ที่การเข้าถึงผู้บริโภคได้ไม่มากเท่ากับไปวางขายในเว็บไซต์ตัวกลาง แบรนด์นี้มีสินค้าที่มีคุณภาพทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อได้

ภาพที่ 2.5: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoy



ที่มา : Facebook (2019). เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoy. สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2RYurJF>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูปคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ของ เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoyแบรนด์นี้จำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่แฟนเพจ Facebook เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoyเท่านั้น เป็นแบรนด์เปิดใหม่ ที่มีจุดเด่นคือ ราคาถูก คุณภาพคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลางแต่ผู้ที่บริโภคแบรนด์นี้ จะไม่ได้ใส่ใจคุณภาพมากเนื่องจาก ราคาสินค้าที่ถูก ทำให้ผู้บริโภคไม่คิดมากในการเลือกซื้อ นี้คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เนื่องจากเป็นแบรนด์ใหม่ ที่ผู้คนยังไม่รู้จักมากนัก แต่แบรนด์นี้ได้ใช้จุดเด่นเรื่องราคาในการดึงดูดผู้บริโภค จึงทำให้แบรนด์เติบโตอย่างรวดเร็ว แบรนด์นี้ถือ เป็นคู่แข่ง ของ Bro Bear Baking เพราะ เป็นแบรนด์ ที่มีจุดเด่นคล้ายกัน คือ การสอนทำขนมที่เรียบง่ายและ เน้น การทำขนมที่สามารถทำขายหรือ ทำเป็นอาชีพได้

ภาพที่ 2.6: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สอนทำขนมออนไลน์ by natchu



ที่มา : Facebook (2019). สอนทำขนมออนไลน์ by natchu. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2PteM3u>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูป คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ของ สอนทำขนมออนไลน์ by natchu แปรนต์นี้จำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่แฟนเพจ Facebook สอนทำขนมออนไลน์ by natchu เท่านั้น แปรนต์นี้มีจำหน่าย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ทำขนมที่หลากหลาย ทำให้ดึงดูดผู้บริโภคได้จำนวนมาก และราคาของสินค้ามีราคาที่ไม่แพง และสินค้ามีคุณภาพ และ จุดเด่นของแปรนต์นี้คือ สอนตั้งแต่ ผู้เริ่มต้นทำขนม จนถึง ผู้ที่ทำเป็นแล้ว ทำให้ผู้บริโภคที่เพิ่งเริ่มต้นทำขนม ก็สามารถซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของแปรนต์ นี้ได้ แต่แปรนต์นี้ ยังมีผู้ติดตามใน แฟนเพจ Facebook ไม่เยอะมากนัก ทำให้สินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของแปรนต์นี้ ยังมีที่เรียนน้อยอยู่ แต่จากคุณภาพสินค้า และ ราคาที่ทุกคนเข้าถึงได้เจ้าของ แปรนต์ Bro Bear Baking จึงคิดว่า แปรนต์นี้จะยังเติบโตได้อีกมาก

ภาพที่ 2.7: วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง วัลลภา ประทานพรทิพย์



ที่มา : Facebook (2019). วัลลภา ประทานพรทิพย์. สืบค้นจาก <https://bit.ly/38FpknD>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูปคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ของ วัลลภา ประทานพรทิพย์ แบนด์นี้ จำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ใน Facebook มี โปรโมชั่นถ้าผู้บริโภคอยากได้สินค้าในราคาที่ถูกลงจะต้อง แชร์โพสสินค้าของแบนด์นี้ และ ผู้บริโภค จะได้คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ในราคา 99 บาท แบนด์นี้เน้นขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ในราคาถูก และ เน้นทำขนมที่สามารถสร้างอาชีพได้ สินค้าของ แบนด์นี้มีคุณภาพในราคาที่ไม่แพง และ แบนด์ วัลลภา ประทานพรทิพย์ ยังมีผู้ติดตามใน Facebook ส่วนตัวจำนวนมากทำให้เวลาโพสจำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ จะมีผู้เห็น โพสจำนวนมากโดยที่ไม่ต้องทำการตลาดมากนัก

ภาพที่ 2.8: 7 วิเคราะห์ คู่แข่งทางตรง สอนทำขนมออนไลน์ by ครูอ้อม



ที่มา : Facebook (2019). สอนทำขนมออนไลน์ by ครูอ้อม. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Z53KVj>

จากภาพข้างต้นแสดงถึง รูปคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ของ สอนทำขนมออนไลน์ by ครูอ้อม แปรนต์นี้จำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ในแฟนเพจ Facebookซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมากทำให้มีฐานแฟนในการซื้อสินค้า ราคาสินค้าของแปรนต์นี้มีราคาในระดับปานกลาง ทำให้กำหนดกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้การทำโฆษณาง่ายขึ้น และ แปรนต์นี้ยังเน้นสอนทำขนม ที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับในตลาด ทำให้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

การวิเคราะห์คู่แข่งทางอ้อม

- คู่แข่งทางอ้อม คือ ข้อมูลในโซเชียลมีเดียในหัวข้อเบเกอรี่และมีข้อมูลที่ Bro Bear Baking สอนอยู่ด้วย
- ข้อมูลในโซเชียลมีเดียเหล่านี้ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่ม ที่มีความรู้ในด้านเบเกอรี่ ในระดับปานกลางถึงสูง แต่ ข้อมูลเหล่านี้ ไม่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำเบเกอรี่ มาก่อน
- คู่แข่งทางอ้อม ไม่สามารถแทนที่ สินค้าของ Bro Bear Baking ได้ทั้งหมด เนื่องจากผู้บริโภค

ในตลาดมีความต้องการที่หลากหลาย คู่แข่งทางอ้อม ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ
ทั้งหมดได้



บทที่ 3
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

ประเมินศักยภาพของธุรกิจโดยใช้เครื่องมือ SWOT ในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ

ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis



ที่มา : Nexight Group. (2019). *SWOT Analysis*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2RWzutU>

จากภาพข้างต้นแสดงภาพ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรณ์ในปัจจุบัน 2 ด้าน คือสภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อค้นหา จุดแข็ง , จุดอ่อน , โอกาส , ความเสี่ยง ที่มีต่อการดำเนินการขององค์กร

จุดแข็ง

ผู้จัดทำ Bro Bear Baking มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และ ประสบการณ์ ในด้าน เบเกอรี่ ทำให้สามารถทำเนื่อหาด้านเบเกอรี่ได้เป็นจำนวนมาก มีผลให้มีผู้ติดตามแบรนด์ Bro Bear Baking เพิ่มขึ้นได้และ Bro Bear Baking มีช่องทางโซเชียลมีเดีย มากมาย เช่น Facebook , Youtube , IG , Pantip , Pinterest , Blockdit ช่องทางเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดตาม แบรนด์

Bro Bear Baking ได้ง่ายขึ้น และ ในตอนเริ่มต้นของแบรนด์ Bro Bear Baking ได้เน้นการสร้างเนื้อหาเบเกอรี่ ที่เกี่ยวกับ ช็อคโกแลต โดยเฉพาะ เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับแบรนด์ เนื่องจาก เรื่องช็อคโกแลต เป็นเนื้อหาที่ยังไม่ค่อยมีใครทำมากนัก จึงเป็นจุดเด่นที่ทำให้มีผู้ติดตามแบรนด์ Bro Bear Baking และ ยังทำให้แบรนด์ Bro Bear Baking สามารถหา สปอนเซอร์สินค้าเกี่ยวกับช็อคโกแลตได้ง่ายขึ้น และ Bro Bear Baking ยังได้สร้างสัญลักษณ์ ที่จดจำได้ง่าย คือ หน้ากากหมីที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ Bro Bear Baking แต่เพียงผู้เดียวและยังสามารถพัฒนาเป็นสินค้าได้อีกจุดอ่อน

อุตสาหกรรม ของ การขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

ที่ Bro Bear Baking ทำอยู่ เป็นธุรกิจที่มีผู้เข้าแข่งขันเข้ามาได้ง่าย ทำให้มีคู่แข่งเยอะ และ อุตสาหกรรมนี้ ยังเป็นธุรกิจที่ทำเงินได้ช้าเนื่องจากต้องสร้าง แบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ

โอกาส

รัฐบาลได้สนับสนุน โครงการ Thailand 4.0 ให้คนในประเทศสามารถเข้าถึง อินเทอร์เน็ต ได้มากขึ้นเป็นโอกาสในการทำธุรกิจ เนื่องจาก แบรนด์ Bro Bear Baking เป็นธุรกิจที่ทำในออนไลน์ ทั้งหมดและ การเรียนออนไลน์ เป็นกระแส ที่มาแรง เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้นและ ผู้บริโภค ไม่นิยมการออกไปเรียนนอกบ้าน เพราะ การเดินทางที่ลำบาก สภาพอากาศในประเทศที่ร้อน ทำให้การเรียนออนไลน์ที่สามารถเรียนที่บ้านได้จึงเป็นกระแสที่มาแรง และ ปัจจุบันนี้ ผู้คนต้องการศึกษาสิ่งใหม่ๆในชีวิต เพื่อเป็นงานอดิเรกไว้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานในปัจจุบัน

อุปสรรค

อุปสรรคใน อุตสาหกรรมนี้ คือ การตัดราคา เนื่องจาก กระแสการเรียนออนไลน์กำลังมาแรงทำให้มีแบรนด์การ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เกิดขึ้นมากมาย และ นำมาสู่การตัดราคากัน การตัดราคานี้ทำให้ แต่ละแบรนด์ได้กำไรน้อยลงแล้ว ยังทำให้การตั้งราคาสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของแต่ละแบรนด์ เสียอีกด้วยเนื่องจากผู้บริโภคจะคุ้นชินกับ ราคา คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่ถูก จนทำให้ แบรนด์ไหนที่ตั้งราคาสูงจะขายได้ยากยิ่งขึ้น และ อุปสรรคที่สำคัญคือ เศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้ผู้บริโภคไม่ใช้จ่ายกัน และ สินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เป็นสินค้าที่ไม่ใช่ ปัจจัยสี่ ที่จำเป็นต้องซื้อ ผู้บริโภคจึงสามารถชะลอการซื้อได้

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

วิสัยทัศน์

- Bro Bear Baking ต้องการเป็น ผู้สร้างคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ เป็น TOP5 ของประเทศไทย

พันธกิจ

- Bro Bear Baking ต้องติดหน้า 1 ใน Google ของ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เป้าหมาย
 - ระยะเวลา 1 ปี จะสร้างแบรนด์ให้ผู้บริโภครู้จักในเรื่อง คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ และให้ความรู้ด้านเบเกอรี่แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถทำขนมเป็นงานอดิเรกหรือ ทำขนมเป็นอาชีพได้
 - ระยะเวลา 2 ปี Bro Bear Baking จะสร้างทีมทำเนื้อหาด้านเบเกอรี่ขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ ข้อมูลด้านเบเกอรี่ ที่ดีและต่อเนื่อง เพื่อให้แบรนด์ Bro Bear Baking มีฐานผู้ติดตามมากขึ้น และ
 - ระยะเวลา 3 ปี แบรนด์ Bro Bear Baking สามารถขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ได้มากกว่า 100 คนต่อเดือน
 - ระยะเวลา 4 ปี Bro Bear Baking สามารถขยายธุรกิจไปทำธุรกิจใกล้เคียงได้ เช่น การขาย สินค้าที่มาจากหน้ากากหมี ที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ Bro Bear Baking เช่น หมอน หรือ ผ้าห่ม
 - ระยะเวลา 5 ปี สินค้าที่เกิดจากหน้ากากหมี เป็นที่สนใจของคนในประเทศไทยและ ยังขยาย ฐานผู้ซื้อไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

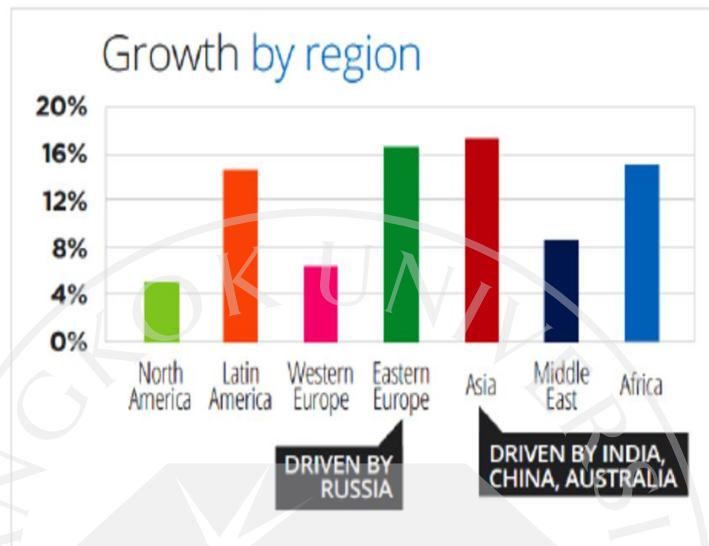
มียอดขาย 1 แสนบาท ต่อเดือน จากการขายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

แนวทางกลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กร มุ่งเน้นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ให้ลูกค้ามาซื้อคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่จาก Bro Bear Baking มากขึ้น และ พัฒนาเพิ่มจำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

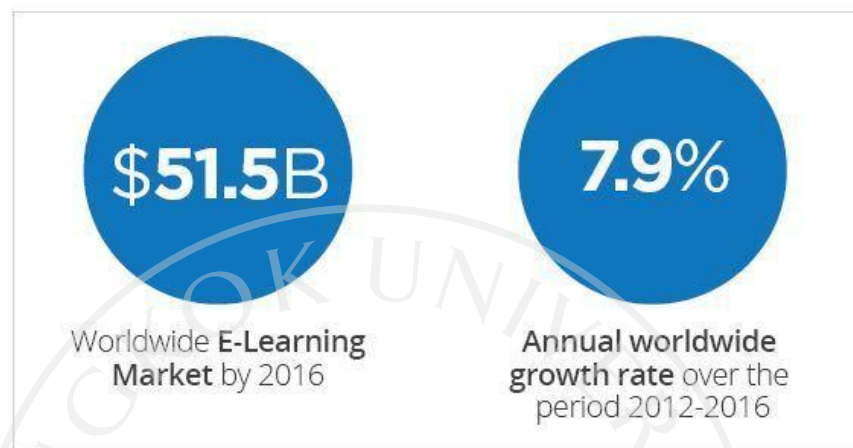
ภาพที่ 3.2: Growth by region ของ ธุรกิจ E-Learning



ที่มา : ResearchGate. (2019). *Growth by region*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/35uJO0n>

จากภาพข้างต้นแสดงถึงการเติบโตในแต่ละภูมิภาค ของ ธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ใน Asia และ Eastern Europe เติบโตถึง 16% ต่อปี ส่วนภูมิภาค Latin America และ Africa เติบโตมากกว่า 12% ต่อปี ส่วนภูมิภาค Middle East เติบโต 8% ต่อปี และ ส่วนภูมิภาค North America และ Western Europe เติบโตมากกว่า 4% ต่อปี Bro Bear Baking จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น ภูมิภาค Asia และ Eastern Europe ที่มีการเติบโตถึง 16% ต่อปี แสดงถึง ความสนใจของผู้บริโภคในการเรียนออนไลน์ แสดงถึงโอกาสในการทำธุรกิจนี้

ภาพที่ 3.3: Growing Global E-Learning Market



ที่มา : Article1000. (2019). *Growing Global E-Learning Market*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2M2XzLS>

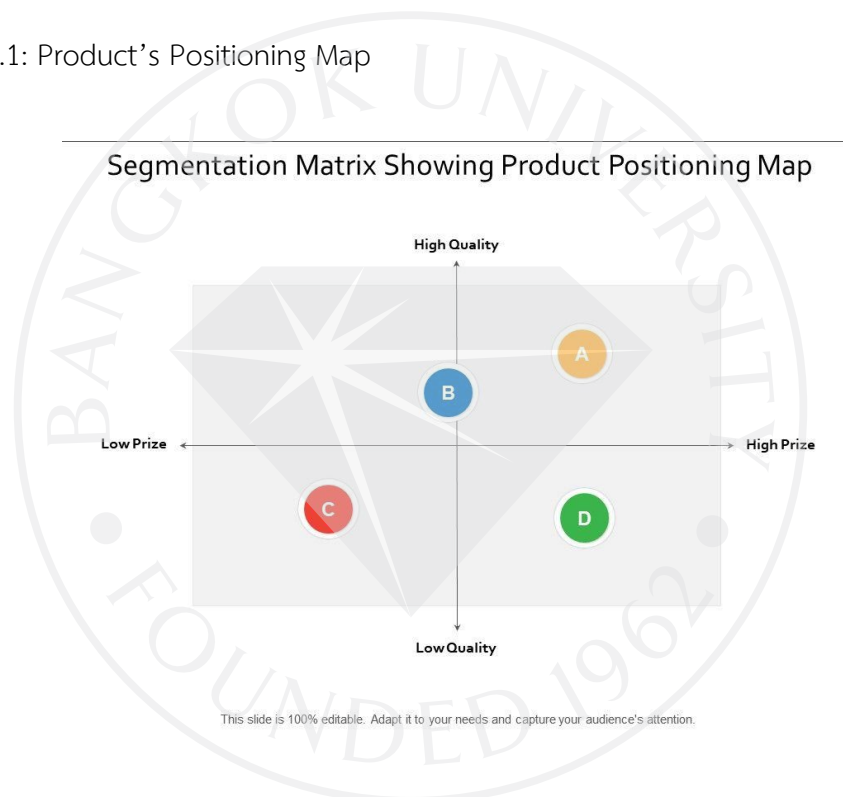
จากภาพข้างต้นแสดงถึง มูลค่าธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ในปี 2016 มีมูลค่าถึง 51.5 พันล้านและ มีอัตราการเติบโตประจำปี 7.9% ตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปี 2016 จากข้อมูลนี้แสดงถึงการเติบโต อย่างต่อเนื่องใน ธุรกิจ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ทำให้ Bro Bear Baking มีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

บทที่ 4 แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การแบ่งส่วนทางการตลาดของ Bro Bear Baking ได้แบ่งจาก ไลฟ์สไตล์กลุ่มเป้าหมาย คือผู้หญิง ที่เป็นแม่บ้านและแม่ค้า ที่มีความสนใจในด้านเบเกอรี่ต้องการทำขนมเพื่อเป็นอาชีพ และทำขนมเพราะชื่นชอบการทำขนม

ภาพที่ 4.1: Product's Positioning Map



ที่มา : Slide Team (2019). *Product's Positioning Map*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2tqfaai>

จากภาพข้างต้นแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ Bro Bear Baking อยู่ในตำแหน่ง B มีคุณภาพดี ในราคาที่ไม่แพง การวางตำแหน่งนี้เทียบกับ บุคคลที่เปิดคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพที่ 4.2: 4Ps



ที่มา : 123RF. (2019). 4ps. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2YUuWWs>

จากภาพข้างต้นแสดงการ กำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดด้วยแนวคิด 4Ps กำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือ 4ps ในการวางแผนการตลาด โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ Product , Price , Place และ Promotion

สินค้า (Product)

Bro Bear Baking ได้ผลิตและจัดจำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ โดยคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ แรกที่ Bro Bear Baking ได้ผลิตและจัดจำหน่ายคือ คอร์ส Chocolate Premium ทำได้ใน 30 นาทีซึ่งเป็นคอร์สเรียนที่ Bro Bear Baking ใส่ใจทุกขั้นตอนการสอนและ ดูแล ผู้บริโภคตั้งแต่ซื้อคอร์สจนถึงเรียนเสร็จสิ้น และ ในช่วงแรก Bro Bear Baking จะเน้นจำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ด้าน ช็อคโกแลต เพื่อให้เป็นจุดเด่นของแบรนด์และหลังจากนั้น แบรนด์ Bro Bear Baking จะจำหน่ายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ สอนทำขนมไทย , คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์

สอนทำขนมเพื่อขายฝาก , คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ สอนทำขนมที่ทำงานภายใน 30 นาที , คอร์สสอนทำช็อคโกแลตตกแต่ง , คอร์สสอนทำเค้กชั้นพื้นฐาน , คอร์สสอนทำขนมสำหรับส่งงานประชุม หรือคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ อื่นๆที่เป็น กระแสใหม่ที่เกิดขึ้น หรือ เป็น คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ

ราคา (Price)

ในเรื่องของการตั้งราคาสินค้าของแบรนด์ Bro Bear Baking จะตั้งราคาให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่จะไม่ถูกเกินไปให้แบรนด์ดูราคาถูก โดยราคานั้นจะอยู่ที่ 300 บาท ถึง 1000 บาท โดยราคานี้ ผู้จัดทำ Bro Bear Baking ได้ค้นคว้าจากการดู คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของทั้งประเทศไทยและ ต่างประเทศมาแล้ว โดยราคาสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่จะอยู่ที่ 50 บาท ถึง 2000 บาทซึ่งเป็นราคาที่สามารภมีโปรโมชั่นลดราคาได้อีก แบรนด์ Bro Bear Baking จึงเห็นว่าการตั้งราคา 300บาท ถึง 1000 บาทเป็นราคาที่เหมาะสมแล้ว

สถานที่ขาย (place)

ทำเลของแบรนด์ Bro Bear Baking จะอยู่ในอินเทอร์เน็ตทั้งหมดเนื่องจาก ผู้จัดทำ Bro Bear Baking เล็งเห็นว่า ทำเลออนไลน์คือ โลกยุคใหม่ ที่ใช้ต้นทุนต่ำและสามารถขยายได้อย่างไม่มีขีดจำกัด และทำเลออนไลน์ที่ Bro Bear Baking มีก็คือ Facebook ช่องทางนี้เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเห็นได้จำนวนมาก และ เป็นหนึ่งในช่องทางขายคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ช่องทางหนึ่งของแบรนด์ Bro Bear Baking ด้วย และนอกจากนั้น Facebook ยังสามารถสร้างฐานผู้ติดตามและฐานผู้ซื้อในอนาคตได้อีกด้วย ด้วยวิธีการ สร้างกลุ่มของแบรนด์ Bro Bear Baking ขึ้นมาเพื่อสร้างเนื้อหาให้ผู้บริโภคติดตามและพัฒนากลายเป็นผู้ซื้อในอนาคตได้อีกด้วยทำเลออนไลน์ต่อมาคือ ช่องทาง Youtube เป็นช่องทางหลักของแบรนด์ Bro Bear Baking ที่ใช้สร้างฐานผู้ซื้อคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ และยังใช้โปรโมทคอนเทนต์ได้อีกด้วยและถ้าช่อง Youtube มีผู้ติดตามมากพอ เวลาโพสคลิปลงไปแล้ว จะยังสามารถโปรโมทสินค้าได้โดยไม่ต้องทำการตลาดให้เสียงบด้วย ทำเลออนไลน์ต่อมาคือ ช่องทาง Pantip ช่องทางนี้เป็นช่องทางการสื่อสารของแบรนด์ Bro Bear Baking ให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นได้ผ่านการเขียนบทความลง Pantip และช่องทางนี้ยังเป็นช่องทางการเก็บข้อมูลความสนใจของผู้บริโภคได้ด้วยโดยการดู โปส ที่อยู่ใน Pantip เพื่อ ดูว่า ณ ตอนนั้นคนในประเทศไทยมีความสนใจหรือมีข้อสงสัยอะไรบ้างเพื่อให้ แบรนด์ Bro Bear Baking สามารถนำมาทำข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ และ ยังสามารถสร้างสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ที่ตอบสนองผู้บริโภคได้ด้วย ทำเลออนไลน์ต่อมาคือ Blockdit ทำเลนี้เป็น ช่องทางใหม่ของประเทศไทยที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเขียนบทความลงไปได้ ช่องทางนี้ แบรนด์ Bro Bear

Baking ทำให้ให้ผู้บริโภค มีโอกาสเห็นแบรนด์ Bro Bear Baking มากขึ้นและสร้างฐานผู้ติดตามได้มากขึ้นด้วยทำเลออนไลน์ต่อมาคือ TikTok ช่องทางออนไลน์นี้ เป็นช่องทางใหม่ที่สามารถลงคลิปสั้นๆให้ผู้คนได้ดูกัน ช่องทางนี้สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมากในระยะเวลาไม่นาน ทำให้ แบรนด์ Bro Bear Baking เล็งเห็นโอกาสที่จะนำหน้ากากหมี ที่แบรนด์ Bro Bear Baking เป็นคนสร้างเอง นำออกมา

ให้ผู้คนได้เห็นมากขึ้น ทำเลออนไลน์ต่อมา คือ Pinterest เป็นช่องทางที่สามารถลงผลงานให้ผู้คนติดตามได้ และ ช่องทางนี้สามารถเข้าถึง ทั้งคนไทยและต่างชาติได้ด้วย ทำให้ แบรนด์

Bro Bear Baking สามารถได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง คนไทยและคนต่างชาติ ทำเลออนไลน์สุดท้ายที่แบรนด์ Bro Bear Baking ทำก็คือ เว็บไซต์ Bro Bear Baking ซึ่งเป็นเว็บไซต์ ของตัวเอง เหตุผลที่ต้องสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาก็คือ เจ้าของแบรนด์ Bro Bear Baking เล็งเห็นว่าสมควรที่จะมีช่องทางของตัวเองโดยที่ไม่ต้องไปพึ่ง เว็บไซต์ของใคร เนื่องจาก เว็บไซต์ตัวกลางทั้งหมด มีการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที โพลสงไป และ ถ้าจะให้ผู้บริโภคเห็นเยอะๆ ก็จำเป็นต้องเสีย งบให้กับ ระบบ ด้วยเหตุนี้ Bro Bear Baking จึงจำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเอง และ ช่องทางนี้ยังสามารถสร้างเนื้อหาให้ผู้บริโภคติดตามได้ และ ยังเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้ด้วย

การสื่อสาร (Promotion)

Bro Bear Baking มีการสื่อสารให้แก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ คือ Facebook , YoutubePantip , Blockdit , Pinterest และ website เพื่อให้ข้อมูลด้านเบเกอรี่แก่ผู้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ และ ยังสามารถจำหน่ายสินค้า รวมถึง มอบโปรโมชั่น ต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อีกด้วย

4.2.1 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพที่ 4.3: 4Cs



ที่มา : smartfarmer. (2019). 4Cs. สืบค้นจาก <https://bit.ly/38PadYW>

จากภาพข้างต้นแสดงการ กำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดด้วยแนวคิด 4Cs ในการวางแผนการตลาด โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ Customer , Cost , Communication , Convenience

ลูกค้า (Customer)

ผู้บริโภคที่จะมาเป็นลูกค้าของแบรนด์ Bro Bear Baking ก็คือ แม่บ้าน แม่ค้า และ ผู้ที่สนใจด้านเบเกอรี่ โดยที่แม่บ้านที่จะมาเป็นลูกค้าก็คือ แม่บ้านที่ต้องการรายได้เพิ่มเติมจาก การทำเบเกอรี่ แม่บ้านเหล่านี้ แบรนด์ Bro Bear Baking เล็งไว้คือ แม่บ้านที่มีอายุ 25-45 ปี เป็นแม่บ้านที่ใช้เวลาอยู่กับบ้านเป็นส่วนใหญ่ แม่บ้านกลุ่มนี้ มีความต้องการที่จะหารายได้เสริมผ่านวิธีใดวิธีหนึ่งโดยวิธีที่แม่บ้านส่วนใหญ่เลือกคือ การทำของกิน หรือ การทำเบเกอรี่ขาย กลุ่มลูกค้าต่อมาคือ แม่ค้า คนกลุ่มนี้มีความต้องการคือการหารายได้ผ่านการขายเบเกอรี่ ดังนั้น สิ่งที่ แบรนด์ Bro Bear Baking จะมอบให้ลูกค้ากลุ่มนี้ได้คือ ข้อมูลเบเกอรี่ ที่แม่ค้าสามารถนำไปทำขายได้ง่าย ได้กำไร และ กลุ่มสุดท้ายที่แบรนด์ Bro Bear Baking เล็งไว้ก็คือ กลุ่มผู้ที่สนใจเบเกอรี่ โดยกลุ่มนี้ จะเป็นคนที่มีความชื่นชอบการทำขนม อยากหาความรู้เพิ่มเติม ดังนั้นสิ่งที่ แบรนด์ Bro Bear Baking มอบให้ลูกค้ากลุ่มนี้ได้ก็คือ ข้อมูลเบเกอรี่ หรือคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ที่มีความแตกต่างและแปลกใหม่จาก ข้อมูลที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ต หรือ เป็นข้อมูลเบเกอรี่ ที่ไม่ได้เห็นทั่วไปในอินเทอร์เน็ต

ราคา (Cost)

ราคาของสินค้าแบรนด์ Bro Bear Baking จะอยู่ในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ คืออยู่ในราคา 300 บาท ถึง 1000 บาท หรือ ลูกค้าของแบรนด์ Bro Bear Baking สามารถดูคลิปใน Youtube ของ Bro Bear Baking ได้เพื่อมาแลกเปลี่ยนเป็น สินค้า คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ หรือ ผู้บริโภค สามารถไปชวนเพื่อนมาซื้อสินค้าคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ของ Bro Bear Baking เพื่อรับส่วนลดสินค้าได้

การสื่อสาร (Communication)

การสื่อสารของแบรนด์ Bro Bear Baking จะใช้การสื่อสารที่มีส่วนร่วมไปกับผู้บริโภค โดยจะสื่อสารในช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะดูความต้องการของผู้บริโภค ว่าต้องการข้อมูลอะไรเพื่อที่แบรนด์ จะได้สื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรงความต้องการ เช่น ผู้บริโภคบอกมาว่าต้องการข้อมูลการทำเบเกอรี่ ที่สามารถนำไปทำขายได้ง่ายๆ แบรนด์ Bro Bear Baking ก็จะสื่อสารข้อมูลส่วนนี้ไปให้กับ

ผู้บริโภค โดยช่องทางการสื่อสารที่จะใช้คือ Facebook , Youtube , Pinterest , Pantip , Blockdit และ Website ของแบรนด์ Bro Bear Baking

ช่องทางจำหน่าย (Convenience)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ของแบรนด์ Bro Bear Baking เป็นช่องทางออนไลน์ทั้งหมดโดยมี Facebook , เว็บไซต์ Bro Bear Baking , เว็บไซต์ Skillance , เว็บไซต์ Udemy โดยช่องทางทั้งหมดนี้เป็นช่องทางที่ลูกค้าทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ สะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด

4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด

Bro Bear Baking ดำเนินกิจกรรมดังนี้ สร้าง Content ด้านเบเกอรี่ที่หลากหลายและสม่ำเสมอ ได้แก่ สอนการทำขนม , ให้ความรู้ด้านวัตถุดิบและอุปกรณ์เบเกอรี่ และ ลง Content ในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ดังนี้ Facebook , Youtube , Pantip , Blockdit และ Website Bro Bear Baking และ โพรโมทผ่านทางออนไลน์ดังนี้ โฆษณาผ่านทาง Facebook และ Google และ ทำ Content ร่วมกับแบรนด์อื่นๆ เพื่อให้ Bro Bear Baking เป็นที่รู้จัก

Bro Bear Baking ให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ชวนเพื่อนมาเรียนด้วย และ ถ้ากดติดตามช่องทางออนไลน์ของ Bro Bear Baking จะได้รับส่วนลดหรือรางวัลต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้แก่ลูกค้า

Bro Bear Baking จะมีฝ่ายตอบปัญหาให้ลูกค้าตลอดเวลาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และ แบรนด์ Bro Bear Baking จะร่วมมือสร้างเนื้อหาร่วมกับ Youtuber ท่านอื่นๆ ที่ทำเนื้อหา ด้านเบเกอรี่ หรือ เป็น Youtuber ที่มีชื่อเสียง ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่เป็นแม่บ้าน แม่ค้า หรือผู้ที่สนใจข้อมูลด้านเบเกอรี่ และ เพื่อโปรโมท แบรนด์ Bro Bear Baking ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

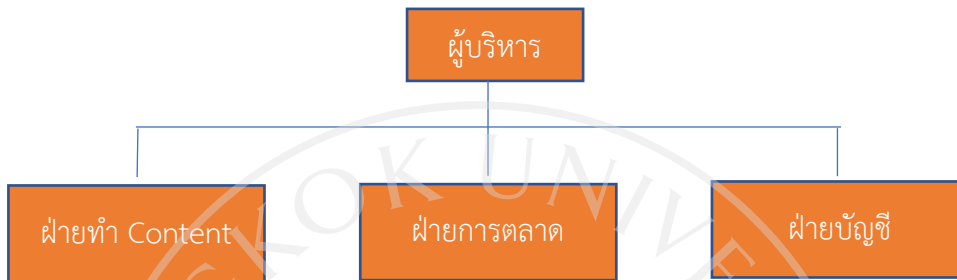
แบรนด์ Bro Bear Baking จึงจะใช้เอกลักษณ์ของแบรนด์นั้นคือหน้ากากหมี โดย เจ้าของแบรนด์จะไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ในการสร้างเนื้อหาลงโซเชียลมีเดียซึ่งจะใส่หน้ากากหมีไปด้วยเพื่อให้คนเห็นหน้ากากหมีเยอะๆ เพื่อสร้างผู้ติดตาม แบรนด์ Bro Bear Baking

บทที่ 5

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงาน



จากภาพข้างต้นแสดงภาพโครงสร้างองค์กรและผังการบริหารงานโดยมีผู้บริหารเป็นผู้มอบหมายงานให้กับ ฝ่ายทำ Content ฝ่ายการตลาด และฝ่ายบัญชี ซึ่งฝ่ายทำ Content จะดูแลการทำเนื้อหาลง โซเชียลมีเดียทั้งหมด ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ทำการตลาดให้ แบนด์ Bro Bear Baking เป็นที่รู้จัก และ ฝ่ายบัญชี มีหน้าที่ดูแลค่าใช้จ่ายให้ได้ตามที่วางแผนไว้

5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ตารางที่ 5.1: กำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	เงินเดือน
ผู้บริหาร	จัดการทุกแผนก	1	35,000
ฝ่ายทำ Content	สร้าง Content ลง Social media	2	18,000
ฝ่ายการตลาด	ทำให้แบนด์เป็นที่รู้จัก	1	15,000
ฝ่ายบัญชี	ทำบัญชี วางแผน ค่าใช้จ่าย	1	15,000

จากตารางข้างต้นอธิบายให้เห็นถึงตำแหน่งที่มีในองค์กรหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายจำนวนบุคลากรในแต่ละฝ่ายและเงินเดือนของบุคลากรแต่ละฝ่ายโดยผู้เขียนดำเนินการในตำแหน่งผู้บริหารมีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยจัดการทุกแผนกให้ดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น และควบคุมพิจารณาความประพฤติของพนักงานและควบคุมคุณภาพของ Content ที่เผยแพร่ออกไป ฝ่ายทำ Content 2 คน มีหน้าที่ สร้าง Content เบเกอรี่ ลงไปใน Social media ในทุกแพลตฟอร์มของ แบนด์ Bro Bear Baking และ สร้างคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ เพื่อจำหน่าย ฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ ทำให้ แบนด์ Bro Bear Baking เป็นที่รู้จัก และ ทำให้คนสนใจซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ ฝ่ายบัญชี มีหน้าที่ ควบคุมดูแลรายรับรายจ่าย ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้

คุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหาจาก ฝ่ายทำ Content กำหนดคุณสมบัติไว้ดังนี้ มีความสามารถในการทำเบเกอรี่ได้ดีมีความชื่นชอบในการทำขนมหวานมีความรับผิดชอบในการทำงาน สามารถตัดต่อวิดีโอพื้นฐานได้ ฝ่ายการตลาด กำหนดคุณสมบัติไว้ดังนี้ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสนใจในเบเกอรี่ มีความรู้ในการทำการตลาดบน แพลตฟอร์ม Google , Facebook และ Youtube ฝ่ายบัญชี กำหนดคุณสมบัติไว้ดังนี้ มีวุฒิการศึกษาจบปริญญาตรี ในคณะบัญชี มีระเบียบในการจัดการข้อมูลเอกสาร มีความรับผิดชอบในการทำงาน

5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

บริษัทสรรหาพนักงานโดยเน้นให้เป็นบุคลากรในพื้นที่หรือบุคลากรที่สามารถเดินทางมาทำงานได้อย่างสะดวกพิจารณาบุคลากรที่มีความรับผิดชอบสามารถจัดการสิ่งต่างๆได้พร้อมที่จะเรียนรู้รับทั้งบุคคลที่เพิ่งจบใหม่และบุคคลที่มีประสบการณ์บริษัทมีค่าตอบแทนและสวัสดิการให้กับพนักงานทุกคนดังนี้โบนัสค่าทำงานล่วงเวลาและจ่ายประกันสังคมซึ่งโบนัสจะขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงาน โดยบริษัทมีการประเมินผลการปฏิบัติงานรายปีด้วย KPIs ดังนี้

ตารางที่ 5.2: ประเมินผลการปฏิบัติงาน

หัวข้อ	1	2	3	4	5
ความ รับผิดชอบต่อ งานที่ มอบหมาย					
การตรงต่อ เวลา					
ความละเอียด รอบคอบใน การทำงาน					
สรุปผลการ ประเมิน					

จากตารางข้างต้นแสดงหัวข้อและระดับในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละบุคคล โดยระดับการประเมินคือ 5 เท่ากับดีมาก 4 เท่ากับดี 3 เท่ากับพอใช้ 2 เท่ากับควรปรับปรุง และ 1 เท่ากับใช้ไม่ได้และสรุปผลการประเมินมี 3 ระดับดังนี้ผลรวมเท่ากับ 15 คะแนนได้รับโบนัส ผลรวมมากกว่า 10คะแนนถือว่าผ่านเกณฑ์มีโอกาสรับโบนัสและผลรวมต่ำกว่า7คะแนนถือว่าไม่ผ่านเกณฑ์ไม่ได้รับโบนัส และ มีการเรียกพบเพื่อ สอบถามถึงปัญหาว่าติดปัญหาอะไรเพื่อช่วยกันแก้ไข

5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานในวันแรกของการทำงาน โดยการอบรมลักษณะของงาน และทำความเข้าใจใน แปรนต์ Bro Bear Baking และรูปแบบการดำเนินงานในองค์กร ในองค์กร จะสร้างเป้าหมายให้กับพนักงานเพื่อกระตุ้นให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น เช่น ถ้า Content นี้มี ยอดดู เกิน 1 ล้านคน ทางบริษัทจะมีโบนัสให้กับพนักงาน และ มีการรักษาบุคลากรโดยการให้ สวัสดิการแก่พนักงานและดูแลพนักงานเหมือนคนในครอบครัว

บทที่ 6

แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

Bro Bear Baking จัดตั้งธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว บริหารธุรกิจด้วยการตัดสินใจเพียงคนเดียว และนำ ทรัพย์สินส่วนตัวมาเป็นเงินทุนที่ใช้ในการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจ มีขั้นตอนในการจัดตั้งคือ ไปจดทะเบียนพาณิชย์เพื่อทำการจัดตั้งบริษัท ขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของนิติบุคคลที่สำนักงานภาษีสรรพากรจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม จดทะเบียนลิขสิทธิ์เครื่องหมายทางการค้า และจดสิทธิบัตรการออกแบบ หน้ากาก หมี่ที่เป็นเอกลักษณ์ของ Bro Bear Baking แต่เพียงผู้เดียว

6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า

ภาพที่ 6.1: ผังขั้นตอนการผลิตสินค้า



คิดเนื้อหา ถ่ายทำ



พากย์เสียง ออกแบบ



ที่มา : Fastwork (2019). *Fastwork*. สืบค้นจาก <https://fastwork.co/>

ที่มา : Fiverr (2019). *Fiverr*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2r0BTZJ>

จากภาพข้างต้นแสดงผังขั้นตอนกระบวนการผลิตสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นการคิดเนื้อหาถ่ายทำจนถึงการตัดต่อเนื้อหาจนเสร็จสมบูรณ์ บริษัทได้ทำการคิดเนื้อหาและถ่ายทำคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เบเกอรี่ จากคนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญใน เบเกอรี่ และ การถ่ายวิดีโอ บริษัทได้ว่าจ้าง ฟรีแลนซ์ ที่มีความสามารถใน เว็บไซต์ Fastwork และ Fiverr ในงานด้านการออกแบบ การดีไซน์ กราฟฟิก ที่เผยแพร่ลงใน โซเชียลมีเดีย และ การพากย์เสียง ภาษาอังกฤษ เพื่อทำคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ สำหรับ ชาวต่างชาติ

6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

บริษัทมีวิธีการจัดการสินค้าโดย การผลิตสินค้า 12 คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ในปี ซึ่งบริษัทจะผลิตสินค้าในทุกเดือนเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและเพิ่มโอกาสในการที่ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าของบริษัท ส่วนการ ควบคุมสินค้าคงเหลือ เนื่องจาก Bro Bear Baking ทำธุรกิจขาย คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ทุกชั้นตอนกระบวนการทำ ในออนไลน์ทั้งหมด ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำและไม่มีสินค้าคงเหลือ จึงทำให้ บริษัท สามารถผลิต สินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีความเสี่ยงน้อยในการขาดทุน

6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

ภาพที่ 6.2: ผังขั้นตอนและกระบวนการส่งสินค้า



จาก ภาพข้างต้นแสดงผังขั้นตอนและกระบวนการส่งสินค้าตั้งแต่รับ Order จากลูกค้า จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องในการชำระเงินของลูกค้าจากนั้นจึงส่ง link เว็บไซต์ Bro Bear Baking ไปให้ลูกค้าเพื่อทำการสมัครเข้าเรียน

บทที่ 7 แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของต้นทุน

Bro Bear Baking ต้องการเงินลงทุนในการก่อตั้งธุรกิจและเริ่มดำเนินการ 100,000 โดยจะนำเงินส่วนตัว จำนวน 100,000 บาท มาใช้ในการลงทุน

7.2 สมมติฐานทางการเงิน

บริษัทได้คาดการณ์ยอดขายในปีแรกของ 12 คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ประมาณ 1,200 ผู้เรียน ซึ่งประมาณการรายได้ภายในปีแรกเป็นเงินจำนวน 360,000 บาท มีค่าใช้จ่ายการผลิต การตลาด และ ค่า บุคลากรในปีแรกจำนวน 176,000 บาท ซึ่งคาดการณ์ว่าในปีที่สองของการดำเนินธุรกิจจะมีอัตราการเติบโตของรายได้ เท่ากับ 3 เท่าเมื่อเทียบกับรายได้ในปีแรก ซึ่งมาจากการที่บริษัทมีจำนวนคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ เพิ่มขึ้น เป็น 24 คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ โดยมีลูกค้า 1 คน ซื้อ คอร์ส มากกว่า 1 คอร์ส โดยประมาณการรายได้ไว้เป็นเงินจำนวน 1,080,000 บาท มีค่าใช้จ่ายการผลิต การตลาด และ ค่าบุคลากร ในปีที่สองจำนวน 310,000 บาท และ ปีที่ 3 ประมาณการรายได้เป็นเงินจำนวน 2,000,000 บาท มีค่าใช้จ่าย การผลิต การตลาด และ ค่าบุคลากร ในปีที่สามจำนวน 600,000 บาท โดยจะเน้นลงทุนใน ค่าการตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าใหม่จะเห็นสินค้าของ Bro Bear Baking

7.3 ประมาณการงบการเงินและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.1: งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking

ปีที่ 1	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
รายได้						
คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking

ค่าใช้จ่าย						
การผลิต	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
การตลาด	10,000	10,000	6,000	10,000	10,000	10,000
บุคลากร	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
รวม ค่าใช้จ่าย	15,000	15,000	11,000	15,000	15,000	15,000
กำไรขั้นต้น	15,000	15,000	19,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่าย การ ดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
กำไรสุทธิ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

จากตารางข้างต้นแสดงการคาดการณ์ของงบกำไรขาดทุนตั้งแต่ปีแรกที่บริษัทเริ่มดำเนินการ
งบกำไรขาดทุนนี้แสดงถึงรายได้ค่าใช้จ่ายกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ

ตารางที่ 7.1(ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking

ปีที่ 1	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
รายได้						
คอร์สการ เรียนการ สอน ออนไลน์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าใช้จ่าย						
การผลิต	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
การตลาด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
บุคลากร	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1(ต่อ): งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking

รวม ค่าใช้จ่าย	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
กำไรขั้นต้น	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่าย การ ดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
กำไรสุทธิ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

จากตารางข้างต้นแสดงการคาดการณ์ของงบกำไรขาดทุนตั้งแต่ปีแรกที่บริษัทเริ่มดำเนินการ
งบกำไรขาดทุนนี้แสดงถึงรายได้ค่าใช้จ่ายกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ

ตารางที่ 7.2: งบกำไรขาดทุนของ Bro Bear Baking ปี1-ปี3

	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3
รายได้			
คอร์ส	360,000	1,080,000	2,000,000
ค่าใช้จ่าย			
การผลิต	24,000	30,000	50,000
การตลาด	116,000	220,000	430,000
บุคลากร	36,000	60,000	120,000
รวม ค่าใช้จ่าย	176,000	310,000	600,000
กำไรขั้นต้น	184,000	770,000	1,400,000
ค่าใช้จ่าย การ ดำเนินงาน	120,000	120,000	120,000
กำไรสุทธิ	64,000	650,000	1,280,000

จากตารางข้างต้นแสดงการคาดการณ์ของงบกำไรขาดทุนตั้งแต่ปีแรกที่บริษัทเริ่มดำเนินการไปจนถึงการดำเนินการของสามปีในอนาคตงบกำไรขาดทุนนี้แสดงถึงรายได้ค่าใช้จ่ายกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิโดยแบ่งรายละเอียดรายเดือนในปีแรก ปีที่สอง ปีที่สาม แสดงเป็นรายปี

ตารางที่ 7.3: งบดุลของ Bro Bear Baking

สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสด	100,000
ลูกหนี้	0
รวมทรัพย์สินหมุนเวียน	100,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
อุปกรณ์	15,000
รวมสินทรัพย์	85,000
หนี้สินหมุนเวียน	
เจ้าหนี้ อุปกรณ์	15,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	15,000
หนี้สินไม่หมุนเวียน	0
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เงินลงทุนของตัวเอง	100,000
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	100,000
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	115,000

จากตารางข้างต้นแสดงการคาดการณ์ของงบดุลภายในปีแรกที่บริษัทเริ่มดำเนินการเป็นงบที่แสดงฐานะทางการเงินโดยแสดงถึงรายละเอียดของทรัพย์สิน หนี้สิน และ เงินส่วนตัวของผู้ถือหุ้นที่บริษัทมีในปีแรก

ตารางที่ 7.4: งบกระแสเงินสดของ Bro Bear Baking

งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

กระแสเงินสดเข้า	ปี1	ปี2	ปี3
เงินสดรับจากการขายสินค้า	360,000	1,080,000	2,000,000
เงินสดรับจากลูกหนี้	0	0	0
กระแสเงินสดออก			
ค่าใช้จ่าย	176,000	310,000	600,000
กำไรขั้นต้น	184,000	770,000	1,400,000
ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000
กำไรสุทธิ	174,000	760,000	1,390,000

จากตารางข้างต้นแสดงการคาดการณ์ของงบกระแสเงินสดภายในปีแรกของบริษัทที่แสดงถึงการได้รับเงินสดและจ่ายเงินสดออกไปซึ่งบอกถึงสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทโดยแสดงถึงกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน

งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน –(ไม่มี)

งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา (ไม่มี)

การวิเคราะห์วัดความสามารถในการทำกำไรโดยคำนวณจากสูตรอัตรากำไรสุทธิได้ผลลัพธ์ดังนี้ ปีแรกมี อัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 51.11% ปีที่สองเท่ากับ 71.30% และปีที่สามเท่ากับ 70% โดยอัตรากำไรสุทธิของปีที่สอง เพิ่มขึ้นจากปีแรก เนื่องจากจำนวนสินค้าของแบรนด์มีมากขึ้น แต่ปีที่สาม อัตรากำไรสุทธิลดลงมาจาก แบรินด์ต้องใส่งบการตลาดเพิ่มขึ้นไปให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์มากขึ้น และ ทำการตลาดให้ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นและมีโอกาสซื้อ

7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และ ผลตอบแทนจากการลงทุน

จำนวนเงินทุน 100,000 บาท ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจนี้คาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 2 ปี โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 614% และยอดขายที่จะทำให้ถึงจุดคุ้มทุนคือ ต้องขายให้ได้ 333 คน จึงจะคุ้มทุน

บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน

แผนปฏิบัติการหากเกิดยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย แบรินด์จะเพิ่มการเสนอขายสินค้าที่น่าสนใจกว่าเดิมโดยการไป จับคู่ทำสินค้าร่วมกับคนที่ทำคอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านเบเกอรี่ ขายเหมือนกัน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้า และ เพิ่มการโปรโมท สินค้า ผ่าน โซเชียลมีเดีย ให้มากขึ้น บริษัทได้สร้างแบรนด์ผ่านหน้ากาทมิที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ และ บริษัทได้จัดสิทธิบัตรการออกแบบ ของหน้ากาทมิไว้ เพื่อ ไม่ให้มีการลอกเลียนแบบ แต่การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่สามารถมีเข้ามาได้ เสมอ ทางบริษัทจึงเน้นการสร้าง เอกลักษณ์ของแบรนด์ และ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก เรื่อง ต้นทุนที่มากขึ้น สามารถเกิดได้จากค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทางบริษัทจึงใส่ใจการสร้างผู้ ติดตามผ่านแพลตฟอร์ม โซเชียล มีเดีย ในหลากหลาย แพลตฟอร์ม เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาด

หากยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย จน แบรินด์ Bro Bear Baking ขาดทุน ทาง ผู้จัดทำ จะตัดค่าใช้จ่ายที่ตัดได้ออกไปเพื่อลดภาระให้กับแบรนด์ Bro Bear Baking โดยที่จะไม่ให้ส่งผลกระทบต่อทิศทางแบรนด์ เช่น ถ้าต้นทุนที่สูงมันมาจาก การที่แบรนด์ Bro Bear Baking ต้องทำหน้าที่ทั้งการผลิตและจำหน่าย รวมถึงต้องสร้างเนื้อหาให้เกิดผู้ติดตาม แบรินด์ Bro Bear Baking จะต้องตัดการดำเนินงานบางอย่างออกเพื่อลดต้นทุน เช่น ขั้นตอนการจัดจำหน่าย ซึ่ง ณ ปัจจุบันนี้ แบรินด์ Bro Bear Baking ต้องจัดจำหน่ายเองผ่านช่องทางโซเชียลของตัวเอง ซึ่ง เกิดค่าใช้จ่ายจำนวนมากเช่น ค่าใช้จ่ายแอดมินตอบลูกค้า ที่ต้องเสียทุกเดือน หรือ ค่าใช้จ่ายในการสร้างเว็บไซต์ของตัวเองหรือ ค่าการตลาดที่ต้องใช้เป็นจำนวนมากเพื่อให้ลูกค้าเห็นสินค้า คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ถ้าเกิดเหตุฉุกเฉินให้แบรนด์ Bro Bear Baking ต้องเกิดปัญหาการเงิน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ แบรินด์ Bro Bear Baking จำเป็นต้องตัดทิ้ง และ นำกระบวนการจัดจำหน่ายนี้ ไปให้เว็บไซต์ตัวกลางอื่นทำเพื่อลดค่าใช้จ่ายลงไป แต่ที่แบรนด์ Bro Bear Baking ยังทำกระบวนการจัดจำหน่ายนี้อยู่เนื่องจากได้กำไรดีกว่า การไปฝากเว็บไซต์ตัวกลางทำทั้งหมด

8.2 แผนอนาคต

แนวทางในการพัฒนาธุรกิจคือการสร้าง คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ ที่หลากหลายให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทจะทำให้สินค้า มีคุณภาพดีขึ้น แนวทางการบริหารธุรกิจ แบรินด์ Bro Bear Baking จะเน้นทาง

ออนไลน์ต่อไป เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มาก และ การขยายไปสู่ธุรกิจที่ใกล้เคียง ทางแบรนด์ Bro Bear Baking เล็งเห็นถึงหลายธุรกิจ ที่สามารถขยายไปได้เช่น การรับเงินจากโฆษณา ในแพลตฟอร์ม Youtube เนื่องจากปัจจุบันนี้ทางแบรนด์ Bro Bear Baking ใช้ช่องทาง Youtube ในการสื่อสาร หรือทำการตลาดเท่านั้น แต่ในอนาคต แบรนด์ Bro Bear Baking มีแนวทางที่จะหารายได้จากโฆษณาของ Youtube ด้วย และ แหล่งรายได้ที่จะขยายต่อไปก็คือ Affiliate นั่นก็คือ การหารายได้จากการเป็นตัวแทนขายสินค้านั่นเอง โดยที่แบรนด์ Bro Bear Baking จะนำ ลิงค์เว็บไซต์ที่ขายสินค้าไปใส่ในช่องทางโซเชียลมีเดียที่ Bro Bear Baking มี ถ้ามีผู้บริโภคเข้าไปซื้อผ่านเว็บไซต์นั้น Bro Bear Baking ก็จะได้ส่วนแบ่งจากการซื้อขายครั้งนี้ และ ธุรกิจที่ Bro Bear Baking สามารถขยายไปได้ก็คือการขายสินค้าที่มาจาก หน้ากากหมี ที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ เช่น หมอน , ผ้าห่ม หรือ ของใช้อื่นๆ และ การนำหน้ากากหมีไปทำเป็นอนิเมชัน เพื่อใช้ทำเป็นเนื้อหา ลงแพลตฟอร์ม Youtube เพื่อสร้างผู้ติดตามที่มากขึ้น และ ถ้าทำอนิเมชันเป็นหลากหลายภาษา ก็ยังสามารถสร้างผู้ติดตามที่เป็นชาวต่างชาติได้อีกด้วย และ ถ้ามีผู้ติดตามที่เป็นชาวต่างชาติจำนวนมากเมื่อไหร่ก็ยังสามารถขยายธุรกิจไปได้อีก เช่น การขายสินค้าที่เกิดจากตัวละครหมี ผ่านไปยังเว็บไซต์ตัวกลางของต่างประเทศ หรือ การรับสปอนเซอร์ต่างประเทศ ในการทำคลิปโดยใช้ตัวละคร หมี ของแบรนด์ Bro Bear Baking ได้

ธุรกิจอื่นๆที่ แบรนด์ Bro Bear Baking ไปได้อีกคือ การทำสินค้าที่เป็นสื่อการสอนอื่นๆ นอกเหนือจาก คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ นั่นคือ การขาย Ebook ที่เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวกับเบเกอรี่ แบรนด์ Bro Bear Baking สามารถเริ่มต้นขายได้ที่เว็บไซต์ตัวกลางของประเทศไทย เพื่อสร้างฐานลูกค้าก่อนและ ยังสามารถหา ฟรีแลนซ์ในการแปลภาษาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของแบรนด์ Bro Bear Baking เพื่อไปขายยังเว็บไซต์ตัวกลางของต่างประเทศได้ด้วย และ ธุรกิจสุดท้ายที่แบรนด์ Bro Bear Bakingวางแผนที่จะทำคือ การขายภาพหรือวิดีโออิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจาก ณ ปัจจุบันนี้ แบรนด์ Bro Bear Baking จะต้องถ่ายภาพเบเกอรี่ที่ ทำลงโซเชียลมีเดียอยู่แล้วแต่ภาพเหล่านั้นไม่ได้เกิดเป็นรายได้ขึ้นมาเลย ผู้จัดทำ Bro Bear Baking จึงเห็นโอกาสในการนำภาพเหล่านั้นไปจำหน่ายในเว็บไซต์ตัวกลาง เช่น shutterstock เพื่อสร้างรายได้และเพื่อให้ผู้ไปซื้อภาพถ่ายที่เว็บไซต์Shutterstock นั้นได้มีโอกาสเห็นแบรนด์ Bro Bear Baking มากขึ้นและมีโอกาสที่จะพัฒนามาเป็นลูกค้าซื้อ คอร์สการเรียนการสอนออนไลน์ของแบรนด์ Bro Bear Baking และ การขายวิดีโอ เนื่องจาก ณ ปัจจุบัน แบรนด์ Bro Bear Baking ต้องถ่ายวิดีโอการทำเบเกอรี่ อยู่แล้ว แต่วิดีโอเหล่านั้นได้นำไปลงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อทำการตลาด หรือ เพื่อสร้างผู้ติดตามเท่านั้น วิดีโอเหล่านี้

ยังไม่ได้สร้างรายได้ให้แบรนด์ Bro Bear Baking เลย ทาง ผู้จัดทำ จึงเล็งเห็นว่าควรรนำวิดีโอเหล่านี้ไปหาช่องทางการสร้างรายได้เพิ่มเติม นั่นคือการขายวิดีโอที่เกี่ยวกับเบเกอรี่ ลงในเว็บไซต์ตัวกลางที่รับซื้อขายวิดีโอต่างๆ เพื่อสร้างรายได้และ ยังเป็นโอกาสในการให้ผู้ซื้อวิดีโอได้รู้จักแบรนด์ Bro Bear Baking และมีโอกาสพัฒนามาเป็น ลูกค้ำของแบรนด์ได้อีก



บรรณานุกรม

- Article1000. (2019). *Growing Global E-Learning Market*. สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2M2XzLS>
- ResearchGate. (2019). *Growth by region*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/35uJO0n>
- Business to you. (2019). *PESTEL Analysis*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2svSt3Y>
- strategic management insight. (2019). *Five Forces Model*. สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2LZ6uOj>
- sanook (2019). *ขนมเปียะแพนชีสร้างอาชีพ*. สืบค้นจาก
<https://learning.sanook.com/77374/>
- Facebook (2019). *สอนทำขนม by ครูเจียบบ้านขนมหวาน*. สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2S2BSiT>
- Facebook (2019). *เรียนทำขนมราคาหลักร้อย by krujoy*. สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2RYurJF>
- Fiverr (2019). *Fiverr*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2r0BTZJ>
- Facebook (2019). *สอนทำขนมออนไลน์ by natchu*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2PteM3u>
- Fastwork (2019). *Fastwork*. สืบค้นจาก <https://fastwork.co/>
- Facebook (2019). *วัลลภา ประทานพรทิพย์*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/38FpknD>
- smartfarmer. (2019). *4Cs*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/38PadYW>
- Facebook (2019). *สอนทำขนมออนไลน์ by ครูอุ้ม*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Z53KVj>
- 123RF. (2019). *4ps*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2YUuWWs>
- Nexight Group. (2019). *SWOT Analysis*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2RWzutU>
- Slide Team (2019). *Product's Positioning Map*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2tqfaai>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

กร พิบูลย์คณาทรัพย์

อีเมล

smarttaee@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัย กรุงเทพ

คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 19 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... อยู่บ้านเลขที่ 75/82

ชื่อย..... ทรสอว ถนน บางกรวย ทรสอว ตำบล/แขวง ทรสอว

อำเภอ/เขต ทรสอว จังหวัด นครปฐม รหัสไปรษณีย์ 11150

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 9627200562

ระดับปริญญา ตริ โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... แผนธุรกิจ คองส์ การเรียน 175 ออนไลน์

Business plan for online course

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)

ผู้อำนวยการหลักสูตร