

แผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจสถาบันมีเดียคิตส์

Business Plan for Expansion Business Mediakids Academy



แผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจสถาบันมีเดียคิดส์

Business Plan for Expansion Business Mediakids Academy



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2559



©2561

วชิรา เทพามาตย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ MediaKids Academy

ผู้วิจัย วชิรา เทพามาตย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 5 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

วชิรา เทพามาตย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, พฤษภาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจสถาบันมีเดียคิดส์ (66 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

### บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการขยายธุรกิจของสถาบันภาษา มีเดียคิดส์ที่ดำเนินธุรกิจด้านการบริหารโครงการสอนภาษาอังกฤษ โดยครูชาวต่างชาติให้กับ โรงเรียนไทย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยการตลาดด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน ที่ทำโครงการร่วมกันกับสถาบันอยู่แล้วและลูกค้าที่อาจจะใช้ในอนาคต รวมถึงการสัมภาษณ์ครูชาวต่างชาติ และผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหาครูชาวต่างชาติ มีการวิเคราะห์ปัจจัยรอบด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้งการวิเคราะห์ความเสี่ยง ความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์ พบว่าลูกค้าส่วนมากสนใจครูชาวต่างชาติที่เป็น Native English Speaker 5 สัญชาติมีมาตรฐานหลักสูตร และการจัดการอย่างมืออาชีพ ในส่วนของครูชาวต่างชาติที่สนใจจะมาสอนในประเทศไทยจะให้ความสำคัญและคาดหวังทีมงานที่มีความเข้าใจและเป็นมืออาชีพ ในการให้คำแนะนำดูแลช่วยเหลือในการสอนและการทำงานร่วมกับโรงเรียนไทย การเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้านี้ จึงได้นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการขยายตลาดทางด้านโรงเรียน และสร้างการรับรู้ให้เข้าถึงกลุ่มครูชาวต่างชาติได้มากขึ้น

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจของสถาบัน พบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้งบลงทุนประมาณ 5,150,000 บาท และมีค่า NPV เท่ากับ 41,400,627.97 บาท IRR เท่ากับ 299 % และระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 0.320 ปี

คำสำคัญ : การขยายธุรกิจ, กลยุทธ์ในการขยายตลาด

Tepamat, W. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2018, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Expansion Business MediaKids Academy (66 pp.)

Advisor : Sumetee Wongsak, Ph.D.

## ABSTRACT

The purposes of this research are to study business expansion possibilities of MediaKids Academy which runs the business of Teaching English by Foreign Teacher to school in Thailand.

This study aims to research the current market by using in-depth interviews with customers that are currently interested in using our service to compare customer's needs and expectations. This study will analyze all factors: strengths, weaknesses, opportunities, threats, risk analysis and competitive advantage.

The results of the study are; customer prefer to hire Native Foreign teachers from 5 countries with a standard curriculum and a professional service. For foreign teachers they expect to have a good and professional team to advise and assist them about teaching in the school and coordinate with the Thai school system. From understanding of the customer's needs teachers to come and teach in Thailand by having 7Ps which are price, product, place, promotion, people and process. This result gives an idea of setting expansion customers and building customer awareness to foreign teachers.

The results of this study found the possibilities of investing to expand the business. It is needed to invest money about 5,150,000 baht and will have NPV Value 41,400,627.97 baht, IRR is 299% and payback period is 0.320 year.

*Keywords : Business expansion, Strategy to expand market*

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้เนื่องจากความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะและตรวจสอบแผนธุรกิจฉบับนี้ให้ลุล่วงไปด้วยดีผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำหรับความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนในการทำแผนธุรกิจนี้จนสมบูรณ์และขอขอบคุณมิตรภาพตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตรนี้

วชิรา เทพามาตย์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ประเภทธุรกิจ	1
1.3 วิสัยทัศน์	3
1.4 พันธกิจ	3
1.5 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	3
1.6 เป้าหมายของธุรกิจ	3
1.7 สถานที่ตั้ง	4
1.8 วัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ: เพื่อขยายธุรกิจ	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูล	5
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	8
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	9
2.4 ผลการวิจัย	11
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	13
3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	14
3.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง เพื่อนำมาใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	15
3.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง เพื่อแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคในการสร้างโอกาสธุรกิจ	15
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล	16
4.2 การวิเคราะห์ Five Force Model	20
4.3 รายละเอียดคู่แข่งชั้นธุรกิจ	22



## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.4 การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ	24
4.5 การวิเคราะห์พันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจและวิธีการสร้าง ความสัมพันธ์ทางธุรกิจสถานศึกษาในประเทศไทย	26
4.6 บทสรุป Model ธุรกิจ	27
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	28
5.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	28
5.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	29
5.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ	36
บรรณานุกรม	46
ภาคผนวก	47
ประวัติผู้เขียน	66
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : จำนวนผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ จากลูกค้า (โรงเรียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน)	9
ตารางที่ 2.2 : จำนวนผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้เกี่ยวข้องกับการหาครูชาวต่างชาติ	9
ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	13
ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	14
ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงภาพรวมของรายได้	18
ตารางที่ 4.2 : แสดงโครงสร้างต้นทุน	19
ตารางที่ 4.3 : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ ทางตรงและทางอ้อม	24
ตารางที่ 4.4 : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ	24
ตารางที่ 5.1 : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	29
ตารางที่ 5.2 : แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ	36
ตารางที่ 5.3 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	37
ตารางที่ 5.4 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อม	38
ตารางที่ 5.5 : แสดงการประมาณการรายได้	39
ตารางที่ 5.6 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย	39
ตารางที่ 5.7 : แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร	40
ตารางที่ 5.8 : แสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน	41
ตารางที่ 5.9 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	41
ตารางที่ 5.10 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	42
ตารางที่ 5.11 : แสดงงบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	43
ตารางที่ 5.12 : แสดงกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	43
ตารางที่ 5.13 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	44

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : LOGO ธุรกิจ	1
ภาพที่ 1.2 : แผนที่ตั้งบริษัท	4
ภาพที่ 4.1 : โมเดลของธุรกิจ	16
ภาพที่ 4.2 : ตัวอย่าง Agency ที่เน้นการจัดการจัดหาครูส่งให้เราโดยตรง	20
ภาพที่ 4.3 : ตัวอย่าง Agency ที่เน้นสถาบันอบรมหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษ	21
ภาพที่ 4.4 : คู่แข่งทางตรง	22
ภาพที่ 4.5 : คู่แข่งทางอ้อม	23
ภาพที่ 5.1 : ภาพการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข	31
ภาพที่ 5.2 : การนัดสปา	34
ภาพที่ 5.3 : การโฆษณาของสถาบันมีเดียคิดส์บน Facebook	35
ภาพที่ 5.4 : การประชาสัมพันธ์ที่มหาลัยในประเทศไทย	35
ภาพที่ 5.5 : การผูกพันมิตรกับสถาบันสอนหลักสูตร TEFL	36

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 ชื่อธุรกิจ: MEDIAKIDS ACADEMY เป็นธุรกิจรับบริหารโครงการสอนภาษาอังกฤษในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ให้กับโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน

ภาพที่ 1.1 : LOGO ธุรกิจ



#### 1.2 ประเภทของธุรกิจ

สถาบันมีเดียคิดส์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2545 โดยนางวันเพ็ญ เทพามาตย์ เป็นผู้รับใบอนุญาตและมอบอำนาจบริหารจัดการทั้งหมดให้กับ นางสาวชिरา เทพามาตย์ ซึ่งเป็นบุตรสาวได้ดำเนินการแทน

สถาบันมีเดียคิดส์ รับบริหารโครงการสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติ ให้กับโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา

โครงการสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติ คือโครงการที่ทางโรงเรียนจัดทำขึ้นเพื่อให้ นักเรียนได้เรียนกับครูชาวต่างชาติ เพื่อพัฒนาภาษาอังกฤษ การจัดการเรียนการสอนจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร (Program) ที่แต่ละโรงเรียนกำหนด ซึ่งแต่ละโรงเรียนอาจมีโครงการเดียวหรือหลายโครงการก็ได้ ขึ้นอยู่กับบริบทที่แตกต่างกันของแต่ละโรงเรียน โดยแบ่งเนื้อหาหลักสูตรการเรียนรู้เป็น 2 ส่วนดังนี้

1.2.1 MediaKids English Program ซึ่งมีหลักสูตรจำแนกออกเป็น 4 โปรแกรมต่อไปนี้

1.2.1.1 ECD Program (English for Communication Development) คือแผนการเรียนการสอนที่เน้นการ (ฟัง-พูด) สอนโดยอาจารย์ชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา (Native English Teacher)

1.2.1.2 IEP Program (Intensive English Program) คือแผนการเรียนการสอนที่ครอบคลุมทุกทักษะการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ได้แก่ ฟัง พูด อ่าน เขียน

1.2.1.3 MEP Program (Mini English Program) คือแผนการเรียนการสอนที่

นำเอารายวิชาต่างๆ เช่น คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ศิลปะ หรือ สังคม มาสอนกับภาษาอังกฤษ

1.2.2 MediaKids English Program เสริมประสิทธิภาพ ซึ่งได้แยกออกเป็น 3 กิจกรรมดังนี้

1.2.2.1 MediaKids English Camp ค่ายภาษาอังกฤษถือว่าเป็นอีกหนึ่งแนวทางการพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างความมั่นใจให้กับนักเรียน ส่งเสริมความกล้าแสดงออกและกระตุ้นความสามัคคีผ่านกิจกรรมแบบกลุ่มอีกด้วย (แนบรายละเอียดโครงการภาคผนวก)

ภาพที่ 1.2 : ตัวอย่างกิจกรรม MediaKids English Camp



1.2.2.2 MediaKids Award เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อสร้างกระแสการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ผ่านกิจกรรมการแข่งขันคำศัพท์ในแต่ละระดับ ตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 และระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 – มัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยจัดการมอบรางวัลให้แก่ผู้ชนะเลิศในวันคริสต์มาส เป็นทุนทัศนศึกษา ณ ประเทศเกาหลีใต้ระยะเวลา 4 วัน ในช่วงปลายเดือนมกราคม (แนบรายละเอียดโครงการภาคผนวก)

ภาพที่ 1.3 : ตัวอย่างกิจกรรม MediaKids Award



1.2.2.3 Open House กิจกรรมจัดแสดงผลงานของนักเรียนในโรงเรียน โดยการแสดงผลงานในโครงการต่างๆ เช่น MEP, ECD, IEP เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกประสบการณ์การนำเสนอผลงาน ฝึกความกล้าแสดงออกและแสดงผลงานให้ผู้ปกครอง อาจารย์และบุคคลภายนอกได้เห็นผลงานจากการเรียนการสอนเช่น แฟ้มผลงาน การ์ด คริสต์มาส การแสดงของนักเรียนในแต่ละระดับชั้น

ภาพที่ 1.4 : ตัวอย่างกิจกรรม Open House



### 1.3 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการบริหารโครงการ สอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติสำหรับโรงเรียนไทย

### 1.4 พันธกิจ

- สร้างช่องทางการจัดหาครูชาวต่างชาติ
- สร้างหลักสูตรภาษาอังกฤษที่มีคุณภาพ มาตรฐานสากล
- สร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์

### 1.5 วัตถุประสงค์

- ดำเนินธุรกิจโดยเน้นงานที่มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยกำหนดพื้นที่การทำงานตามภูมิภาคต่างๆในประเทศไทยคือ พื้นที่ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคอีสาน ( 8 Area ) กำหนดอัตรากำลังในการทำงานที่ครู 250 คนต่อปีการศึกษา ( ณ ปัจจุบัน ปี2560 )
- ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

### 1.6 เป้าหมายธุรกิจ

- เป้าหมายระยะสั้น (1-5 ปี) สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือด้วยมาตรฐานการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้เป็นที่ยอมรับต่อโรงเรียนไทย และในต่างประเทศสำหรับชาวต่างชาติที่จะเน้นมาสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทย
- เป้าหมายระยะยาว (5-10 ปี) สร้างความโดดเด่นทางด้านคุณภาพและมาตรฐาน

โดยการพัฒนาความร่วมมือกันทั้งระบบจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ Supply Chain จับมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสร้างความมั่นคงสูง

### 1.7 สถานที่ตั้ง

MediaKids Academy 40/471 หมู่บ้านพุกษาปี ถ.เลียบคลองสาม อ.คลองหลวง ปทุมธานี 12120 ประเทศไทย

ภาพที่ 1.5 : แผนที่ตั้ง MediaKids Academy



### 1.8 วัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ : เพื่อขยายธุรกิจ

- เพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น ในปีที่1 และ 2 จำนวน 100 คน/ปี ปีที่ 3-4-5 จำนวน 150 คน/ปี
- เพื่อจัดหาครูชาวต่างชาติให้เพียงพอต่อการขยายงานที่เพิ่มขึ้นในปีที่ 1 และ 2 จำนวน 100 คน/ปี และปีที่ 3-4-5 จำนวน 150 คน/ปี

## บทที่ 2

### วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ

#### 2.1 ประเภทของข้อมูล

##### 2.1.1. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึงการบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของพนักงานผู้รับบริการจนทำให้เกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) (Johnston, 1995; Lloyd & Cheung, 1998 อ้างใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547, หน้า 106) คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหมายถึง สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองส่วนบริการที่เกินความต้องการของผู้รับบริการหมายถึง สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ หรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่ ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจ

##### แนวคิดคุณภาพการบริการ

ในการวิจัยข้างต้น (ผดุงศักดิ์ สายสระสง, 2555) พบว่า มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมด รวม 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ ) เป็นความน่าเชื่อถือไว้วางใจในความสามารถที่จะให้บริการได้อย่างไว้วางใจ และมีความแม่นยำ และเชื่อถือได้ว่าจะส่งมอบบริการตามที่ได้สัญญาไว้ ความน่าเชื่อถือ มีความหมายว่าการปฏิบัติการให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่เริ่มดำเนินการและถูกต้องอยู่ตลอดเวลา
2. Assurance (ความมั่นใจ) หรือทำให้เกิดความมั่นใจ ความรู้หรือมารยาทของพนักงาน และความสามารถที่จะส่งผ่านความน่าเชื่อถือ และการสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าขึ้น ในคุณภาพการบริการที่มี บ่อยครั้งผู้ให้บริการจะมอบซึ่งความมั่นใจในเบื้องต้นจากความสามารถในตัวเองที่เขาได้อยู่
3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ หรือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกๆ ประกอบด้วยสภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ หรือสิ่งที่จับต้องได้เป็นหลักฐานทางกายภาพของการบริการ หรือสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้เพื่อช่วยทำให้ลูกค้าทราบรูปแบบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการได้ล่วงหน้า
4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า หรือเป็น



การดูแลเอาใจใส่ เป็นการสนใจดูแลลูกค้าและความตั้งใจของแต่ละบุคคลที่มีต่องานด้านบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า ความเอาใจใส่เป็นสิ่งต่างๆ ที่ได้รับการพิจารณาจากมุมมองของลูกค้า

5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี หรือการเป็นการตอบสนอง คือความยินดีและการมีความสามารถที่จะจัดให้มีบริการโดยฉับพลัน และเพื่อที่จะตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้า

### 2.1.2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly อ้างโดย ปรภายดาว ดำรงพันธ์ (2536) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและทางลบ ทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากรู้สึกทางลบ ขณะที่วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาผลลัพธ์สุดท้ายผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาใดๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มีมากระตุ้น

สุเทพ พานิชพันธ์ (2541) ได้สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ มีด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ หมายถึง สิ่งต่างๆที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ปรียากร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535) ได้มีการสรุปว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ อายุ การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ
2. ปัจจัยด้านงาน (Factor in the Job) ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการ

ทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์

3. ปัจจัยด้านการจัดการ (Factors Controllable by Management) ได้แก่ ความมั่นคงในงานรายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร ฯลฯ

S. M. Freud ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากกว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์ พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่างอยู่นอกเหนือการควบคุม บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมากขณะที่ ซาริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความสุขหรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism)
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism)
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism)

#### 2.1.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งสนองความจำเป็น ความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารให้

ผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า สร้างคุณภาพทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

#### **การขยายฐานลูกค้า**

สถาบันมีเดียคิดส์ มีฐานลูกค้าเป็นสถานการศึกษาในปีการศึกษา 2560 เเทม 1 จำนวน 76 โรงเรียน และปีการศึกษา 2559 เเทม 2 จำนวน 79 โรงเรียน

#### **ปัญหาจำนวนครูชาวต่างชาติที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า**

ในปัจจุบันโรงเรียนที่เป็นลูกค้าของสถาบันมีเดียคิดส์ ที่ทางสถาบันสามารถส่งครูชาวต่างชาติไปสอนในสถานศึกษาจำนวน 76 โรงเรียน และโรงเรียนที่ตอบรับโครงการแต่ไม่สามารถหาครูชาวต่างชาติส่งให้กับโรงเรียนได้ประมาณ 15-20 โรงเรียน จำนวนครูประมาณ 50 อัตรา จึงเป็นสาเหตุที่ต้องทำวิจัยในการขาดครูชาวต่างชาติที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการลูกค้า และวิเคราะห์ปัจจัยเหตุผลต่างๆ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

## **2.2 วิธีการเก็บข้อมูล**

### **2.2.1 การสัมภาษณ์**

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสนทนาโดยมีจุดมุ่งหมาย โดยถามความคิดเห็น ความต้องการ เหตุผล และมุมมองจากบุคคลผู้เกี่ยวข้องโครงการ บุคคลที่เกี่ยวข้องในสถานศึกษาที่มีโครงการการสอนอยู่ เพื่อขยายฐานลูกค้า

ตารางที่ 2.1 : จำนวนผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ จากลูกค้า (โรงเรียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน)

ลำดับ	ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน/คน
1	ผู้อำนวยการสถานศึกษา	2
2	อาจารย์ฝ่ายสาระต่างประเทศ	2
3	ผู้ปกครองนักเรียน	2
4	นักเรียน	2
	<b>รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด</b>	<b>8 คน</b>

ตารางที่ 2.2 : จำนวนผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้เกี่ยวข้องกับการหาครูชาวต่างชาติ

ลำดับ	ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน/คน
1	ฝ่าย HR หาครูต่างชาติของบริษัท	3
2	Agency	3
3	ครูชาวต่างชาติ	3
	<b>รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด</b>	<b>9 คน</b>

### 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลโดยมีแบบสัมภาษณ์ 2 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน ดังนี้

#### **ชุดที่ 1 สำหรับลูกค้า/โรงเรียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ**

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- ชื่อ - นามสกุล
- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ/ตำแหน่ง
- โรงเรียน/ระดับชั้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ

- ประสบการณ์ในการทำโครงการสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติในโรงเรียน
- โครงการที่โรงเรียนของผู้ให้สัมภาษณ์เคยใช้บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการของคุณภาพโครงการ

- คุณสมบัติของครูชาวต่างชาติ
- มาตรฐานของหลักสูตร รูปแบบ/ประเภทของโครงการ
- กิจกรรมเสริมหลักสูตร
- การแก้ไขปัญหาในกรณีครูชาวต่างชาติขาดสอน หรือครูหนีระหว่างสัญญา
- อื่นๆ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจ

- ด้านราคา
- ด้านคุณภาพ คุณประโยชน์
- ด้านชื่อเสียง และผลงานเป็นที่ยอมรับ
- อื่นๆ

**ชุดที่ 2 สำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการหาครูชาวต่างชาติ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ**

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- ชื่อ – นามสกุล
- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ/ตำแหน่ง
- สถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ

- ความสนใจของชาวต่างชาติที่อยากจะมาสอนในต่างประเทศ
- เหตุผลที่ชาวต่างชาติเลือกมาสอนในเมืองไทย
- โฆษณาเชิญชวนให้มาสอนในประเทศไทย
- ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับมีเดียคิดส์
- ประสบการณ์สอนในประเทศไทย
- โครงการสอนในโรงเรียนไทยที่เคยเข้าร่วม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง

- มุมมองของชาวต่างชาติเกี่ยวกับประเทศไทย
- มุมมองของชาวต่างชาติเกี่ยวกับการมาสอนในประเทศไทย
- ความคาดหวังเกี่ยวกับประสบการณ์ที่จะได้รับในการทำการสอน 4 เดือนใน

ประเทศไทย

- ความช่วยเหลือที่ต้องการ
- ความคาดหวังเกี่ยวกับเอเจนซีที่ดูแล
- ความกังวลเกี่ยวกับเอกสารวีซ่า

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมาทำการสอนในประเทศไทย

- Package ของเอเจนซี
- ตำแหน่งงาน/สถานที่
- โปรโมชั่น
- อื่นๆ

## 2.4 ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสัมภาษณ์ของโรงเรียนในเครือสถาบันมีเดีย คិតส์จำนวน 8 ชุด และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของครูชาวต่างชาติจำนวน 9 ชุด สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมทั้งหมด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนในแต่ละแบบสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

### โรงเรียนในเครือสถาบันมีเดียคิตส์

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์** สรุปข้อมูลได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นเพศหญิง 5 คน ชาย 3 คน แบ่งออกเป็นผู้บริหารโรงเรียน 2 คน อาจารย์ 2 คน ผู้ปกครอง 2 คน และนักเรียน 2 คน

### **ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความต้องการและความคาดหวัง**

จากการสัมภาษณ์โรงเรียนส่วนใหญ่ต้องการครูชาวต่างชาติที่เป็น Native Speaker 5 สัญชาติ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการสอน ทุกโรงเรียนต้องการหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน และสามารถชี้วัดผลการเรียนได้ และต้องการให้จัดทำค่ายภาษาอังกฤษ และจัดกิจกรรมแข่งขันทักษะ มีรางวัลจูงใจให้ไปทัศนศึกษาที่ต่างประเทศโรงเรียนต้องการความมั่นใจและมีแนวทางการแก้ปัญหาการขาดครูชาวต่างชาติอย่างชัดเจนใน การจัดสอนทดแทนคาบเรียนที่ขาดครูชาวต่างชาติไป

### **ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้อ**

**ด้านราคา :** ทุกโรงเรียนตัดสินใจจากความสมเหตุสมผลของราคา กล่าวคือหากราคาจะสูงกว่าตลาดนิดหน่อย แต่ได้หลักสูตรที่ดี การบริการที่ดี และกิจกรรมเสริมที่ดี ก็คุ้มค่าที่จะจ่าย

**มาตรฐานหลักสูตร :** ทุกโรงเรียนตัดสินใจจากการจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันคำศัพท์ โดยมีรางวัลคือการไปทัศนศึกษาต่างประเทศ และจัดโครงการทำ MOU พร้อมไปทัศนศึกษาดูงานที่ต่างประเทศให้กับคณะบริหารและครูไทย

**ด้านชื่อเสียงของสถาบัน** : ทุกโรงเรียนคำนึงถึงชื่อเสียงที่มีมานาน ความเป็นมืออาชีพ และคำชมเชยจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ

### **ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของครูชาวต่างชาติ**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์** สรุปรายชื่อได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นเพศหญิง 6 คน ชาย 3 คน แบ่งออกเป็น เจ้าหน้าที่แผนก Oversea Human Resources 2 คน ตัวแทนจาก Agency 3 คน ครูชาวต่างชาติ 3 คน และเจ้าหน้าที่แผนก Operation 1 คน

### **ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความต้องการและความคาดหวัง**

จากสัมภาษณ์ครูชาวต่างชาติมีความคาดหวังจะได้รับความช่วยเหลือในทุกด้าน คือ เงินเดือนที่พัก เอกสารวีซ่า เอกสารการทำงาน และการสอน ซึ่ง Placement Agency ต้องมีบุคลากรที่พร้อมจะช่วยเหลืออย่างมืออาชีพตลอดเวลาที่เขาต้องการ

### **ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้อ**

1. เงินเดือนที่ 30,000 – 40,000 บาท
2. ต้องการที่พักที่มีเฟอร์นิเจอร์พร้อมอยู่ สะดวกสบายในการเดินทางไป-กลับจากโรงเรียน
3. ไม่ต้องการอยู่บ้านร่วมกับใคร ถ้าไม่ได้รู้จักกันมาก่อน
4. ต้องการ โบนัสคือสิ่งจูงใจที่จะทำให้ครูชาวต่างชาติพัฒนาการสอนของตนเองไปในทางที่ดี และเพิ่มเปอร์เซ็นต์การต่อสัญญาในเทอมต่อไปหากได้รับโบนัสในจำนวนที่ต้องการ
5. ต้องการทั้งประกันสุขภาพและอุบัติเหตุ เนื่องจากการเดินทางมาอยู่ไกลบ้าน ความกังวลจึงมีมากเป็นเรื่องปกติ หากได้รับการดูแลในส่วนนี้ก็จะดีมาก
6. ต้องการหลักสูตรและระดับชั้นที่เหมาะสมกับประสบการณ์ที่ตัวเองมี พร้อมกับมีคนคอยให้คำปรึกษาในด้านการสอน
7. ครูชาวต่างชาติส่วนมากต้องการเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาจไม่ต้องเป็นเมืองใหญ่มากก็ได้
8. ต้องการสังคมที่ดี น่าอยู่ ขอให้มิชาวต่างชาติคนอื่นอยู่ในเมืองเดียวกัน แม้ไม่ได้สอนในโรงเรียนเดียวกันก็มีผลต่อการตัดสินใจ
9. ครูชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์การสอนระยะหนึ่งแล้ว ต้องการตำแหน่งงาน Head teacher พร้อมโบนัสที่เหมาะสม มีบางคนต้องการให้มีโปรแกรมชั้นฟรีตัวเครื่องบินหากตอบรับงานในเวลาที่กำหนด

**บทที่ 3**  
**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ**

**3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน**

ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<b>การบริหารจัดการ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถาบันฯ มีระบบการจัดการดูแลครูที่ดีมากด้วยทีมงานที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>2. มีระบบมาตรฐานในการทำงานชัดเจน ทั้งภายในองค์กรและการทำงานร่วมกับโรงเรียน</li> <li>3. มีการอบรมครู ด้วยหลักสูตรการสอนมาตรฐานสากล (TEFL)</li> <li>4. หลักสูตรการสอนและProgram ช่วยสอนอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทีมงานคุณภาพ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดหาครู ไม่เพียงพอต่อความต้องการ</li> <li>2. ไม่มีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับครูที่จบสัญญา</li> </ol>
<b>การขายและการตลาด</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับโรงเรียนมีผลงานเป็นที่ยอมรับมีชื่อเสียงมายาวนาน</li> <li>2. ฝ่ายขายมีทีมงานที่มีคุณภาพมีประสบการณ์เข้าใจจุดแข็งของโครงการและรู้ความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง</li> <li>3. มีภาพลักษณ์ที่ดี</li> <li>4. มีเครือข่าย/พันธมิตรทางการค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Agencies and partners)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (ราคาขายโครงการ สำหรับโรงเรียนไทย)</li> <li>2. บางพื้นที่(พื้นที่คู่แข่ง)ความสัมพันธ์ยังไม่ถึงผู้มีอำนาจการตัดสินใจ</li> <li>3. โลเคชั่นโรงเรียนส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดยากที่ครูต่างชาติจะเลือกทำงานกับเรา</li> <li>4. ผลตอบแทนครูชาวต่างชาติ (อิงค่าจ้างในประเทศ) ต่ำกว่าประเทศเพื่อบ้าน</li> <li>5. นักศึกษาต่างชาติ (กลุ่มเป้าหมาย) ในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศยังรู้จักเราน้อยมาก</li> </ol>



### 3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<b>ทำเลที่ตั้ง</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สะดวกต่อการจัดอบรม และติดต่อสัมพันธ์ของครูชาวต่างชาติ และง่ายต่อการทำเอกสาร CURSMA ติดต่อสื่อสารคมนาคมสะดวก เพราะอยู่ใกล้ถนน.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเดินทางไปติดต่อพบลูกค้า เจรจา หรือแก้ปัญหาปัญหาเวลาครุมีปัญหา ไม่สะดวก ใช้เวลาเดินทางหลายชั่วโมง ยากที่จะพบลูกค้าหรือแก้ไขได้ทันที</li> </ul>
<b>สังคม</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการส่งเสริมให้นักเรียน นักศึกษาเรียน ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น</li> <li>- สังคมให้ความสำคัญกับภาษา สำหรับการศึกษ และการทำงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปิดใจรับสิ่งใหม่ที่เข้ามาของคนไทย ยังไม่ตื่นัก เช่นคนไทยชอบอะไรที่เป็น เจ้าเก่าแบบเดิมๆ มากกว่าเจ้าใหม่จึงทำให้เป็นอุปสรรคที่จะเข้าถึงลูกค้ารายใหม่</li> </ul>
<b>เทคโนโลยี</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถาบันได้มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การทำสไลด์การวางแผนการสอน สื่อการสอน ภาพประกอบช่วยในการสอน รวมถึงการบริการหลังการเรียนการสอน</li> <li>- สโไกป์สัมภาษณ์ครูที่อยู่ต่างประเทศได้ง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยี ในปัจจุบันมีความก้าวหน้า ทำให้สถาบันต้องมีพัฒนาเทคโนโลยีซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนและอาจทำให้พัฒนาจนตามไม่ทัน</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

<b>สภาพเศรษฐกิจ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เศรษฐกิจกำลังปรับตัวขยายเพิ่มขึ้น</li> <li>จากเดิม นักเรียน นักศึกษา หรือแรงงาน</li> <li>ต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับความ</li> <li>ต้องการและการแข่งขันสูง ทั้งด้าน</li> <li>ความสามารถ ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ</li> <li>เพื่อเป็นพื้นฐานในการติดต่อสื่อสารทั้ง</li> <li>ด้านการศึกษาต่อและทำงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้าภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว หรือ</li> <li>ค่าเงิน สูง จะทำให้ค่าใช้จ่าย</li> <li>เพิ่มขึ้น ทำให้ ผู้ปกครองนักเรียน</li> <li>หรือวัยทำงาน ไม่สนใจที่จะเรียน</li> <li>โครงการหรือหลักสูตรพิเศษ</li> <li>เพราะต้องรับค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น</li> <li>หรืออาจศึกษาด้วยตนเองแทน</li> </ul>
<b>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โรงเรียนรัฐบาล, โรงเรียนเอกชน,</li> <li>มหาวิทยาลัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้าเลือกราคาเป็นตัวตัดสินใจ</li> </ul>
<b>สถานการณ์การแข่งขัน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำให้เกิดการกระตุ้นตลาดและสร้าง</li> <li>โอกาสใหม่ๆ ในด้านนวัตกรรม เช่นการ</li> <li>นำเทคโนโลยีการช่วยสอนและการ</li> <li>ทำงานมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งเรื่อง</li> <li>ราคา และต้องการคุณภาพ</li> <li>มาตรฐานสูง</li> </ul>

### 3.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง เพื่อนำมาใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

เนื่องจากเรามีจุดแข็งในด้านมาตรฐานการทำงาน มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับเราสามารถนำจุดแข็งนี้เป็นจุดหมาย ตอกย้ำให้ตลาดโรงเรียนเข้าร่วมโครงการกับเรามากขึ้น โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า ในการขายโครงการให้มีหลากหลาย จากโอกาสที่ปัจจุบัน ตระหนักและเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ

### 3.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง เพื่อแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคในการสร้างโอกาสธุรกิจ

เราได้สังเกตเห็นปัญหาการขาดครู หรือครูไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดและจุดอ่อนในการทำธุรกิจ แต่ด้วยจุดแข็งที่เรามีระบบการดูแลโดยทีมงานที่เข้มแข็ง ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับสามารถนำมาใช้สร้างแผนการดึงดูดความสนใจให้ครูได้รู้จักเรา และเชิญชวนและบอกต่อให้มาทำงานกับเรามากยิ่งขึ้น รวมถึงการนำชื่อเสียงและระบบการทำงานของเรา ประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ จะทำให้เราสามารถขยายงานรับครูเขามาสอนได้มากขึ้น และเพิ่มการบริการแบบจัดหาครูอย่างเดียวส่งให้กับโรงเรียนที่เน้นเรื่องราคาที่ถูกและต้องการบริหารการจัดการเอง ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มโอกาสการขยายงาน

## บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

### โมเดลของธุรกิจในการดำเนินธุรกิจ

Business Model Canvas ของธุรกิจสถาบันมีเดียคิดส์ เพื่อตอบคำถามสำคัญของการทำธุรกิจ 4 ข้อ นั่นคือทำ(สินค้า)อะไร, ทำ(ขาย)ให้ใคร, ทำอย่างไร และคุ้มค่าแค่ไหน(ทางการเงิน) ซึ่งเราจะตอบคำถามเหล่านั้นด้วยหลักการทั้งหมด 9 ข้อ นั่นคือ

ภาพที่ 4.1 : โมเดลของธุรกิจ

<b>Key Partners</b> - Agency - มหาวิทยาลัย ในต่างประเทศ	<b>Key Activities</b> - จัดหลักสูตรและการสอนให้โรงเรียน - จัดโครงการ MOU ในต่างประเทศให้โรงเรียน - จัดกิจกรรมแข่งขัน MK- AWARD  <b>Key Resources</b> - หลักสูตรและโปรแกรมต่างๆ - Native English Speaker นักศึกษาจบใหม่	<b>Value Propositions</b> - มาตรฐานงานคุณภาพ - ความมั่นใจในการดำเนินโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ	<b>Customer Relationships</b> - การออกเยี่ยมประจำเดือน - การเข้าพบผู้บริหาร/ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ - การจัดการศึกษาดูงานต่างประเทศ  <b>Channels</b> - ส่งจดหมาย - เข้าพบ/นำเสนอโครงการ - บกต้อ	<b>Customer Segments</b> - กลุ่มโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน																				
<b>Cost Structure</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>โครงสร้างต้นทุน</th> <th>% ต่อร้อยละ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ต้นทุนการให้บริการเงินเดือนครู</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>ต้นทุนงาน Operation</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>ส่งเสริมการขาย</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>การแข่งขันมอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ Job Fair</td> <td>3.6%</td> </tr> <tr> <td>ค่าใช้จ่ายบริหาร/ดำเนินงาน</td> <td>27.4%</td> </tr> <tr> <td><b>รวม</b></td> <td><b>100%</b></td> </tr> </tbody> </table>		โครงสร้างต้นทุน	% ต่อร้อยละ	ต้นทุนการให้บริการเงินเดือนครู	40%	ต้นทุนงาน Operation	5%	ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร	10%	ส่งเสริมการขาย	5%	รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ	3%	การแข่งขันมอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ	6%	ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ Job Fair	3.6%	ค่าใช้จ่ายบริหาร/ดำเนินงาน	27.4%	<b>รวม</b>	<b>100%</b>	<b>Revenue Streams</b> รายได้จากสัญญาหลัก 71% รายได้จากสัญญาเสริม 29% ประกอบด้วย ECD, IEP, MEP		
โครงสร้างต้นทุน	% ต่อร้อยละ																							
ต้นทุนการให้บริการเงินเดือนครู	40%																							
ต้นทุนงาน Operation	5%																							
ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร	10%																							
ส่งเสริมการขาย	5%																							
รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ	3%																							
การแข่งขันมอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ	6%																							
ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ Job Fair	3.6%																							
ค่าใช้จ่ายบริหาร/ดำเนินงาน	27.4%																							
<b>รวม</b>	<b>100%</b>																							

### 4.1 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล

4.1.1 ลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย (Customer Segment) กลุ่มลูกค้าของธุรกิจแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 2กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มโรงเรียนรัฐบาลและเอกชนซึ่งเป็นหน่วยงานทางการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทย ระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา ที่เรียนวิชาภาษาอังกฤษตามหลักสูตรการศึกษาและด้วยนโยบายที่ส่งเสริมให้สถานศึกษาสามารถจ้างครูชาวต่างชาติทำการสอนภาษาอังกฤษได้

### 4.1.2 การนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า (Value Propositions)

- **มาตรฐานงานคุณภาพสินค้า**ของธุรกิจคือบริการทางการศึกษา ต้องมีมาตรฐานในการกำกับงานที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในทุกด้านของการทำงาน เช่น ขั้นตอนการสรรหาชาวต่างชาติ การทำเอกสารวีซ่าและใบอนุญาตการทำงาน งานด้านหลักสูตรและการกำกับการสอนรวมถึงการจัดเก็บคะแนนเพื่อส่งเกรด

- **ความมั่นใจในการหาประสบการณ์ต่างประเทศ**โครงการสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติ เป็นโครงการพิเศษที่โรงเรียนที่โรงเรียนระดมเงินจากผู้ปกครองมาเพื่อจัดการสอนเสริมทักษะภาษาอังกฤษให้กับนักเรียน ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีมาตรฐานและความเชื่อมั่นว่าจะสามารถมีครูที่ดำเนินการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดปัญหาการขาดครูในระหว่างภาคเรียน ดังนั้นโรงเรียนต้องการหน่วยงานที่มาดูแลและรองรับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อรักษามาตรฐานและชื่อเสียงของโรงเรียน

**4.1.3 ช่องทาง (Channels)**สถาบันภาษามีเดียคิดส์นำเสนอโครงการกับลูกค้า (โรงเรียน) ด้วยวิธีการ 1) ส่งจดหมาย เพื่อนำเสนอโครงการต่อโรงเรียนโดยทำอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อเป็นการต่อยอดการดำเนินธุรกิจและนำร่องในการติดต่อประสานงานนัดหมายในลำดับต่อไป 2) เข้าพบ/นำเสนอโครงการ เมื่อมีการนัดหมายแล้วเราจะจัดทำโครงการ โดยค้นหาข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนและความต้องการ งบประมาณที่โรงเรียนมีอยู่เพื่อนำเสนอได้ตรงกับความต้องการของโรงเรียน เพื่อปิดการขายต่อไป

#### 4.1.4 การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

- **การออกเยี่ยมประจำเดือน** สถาบันภาษามีเดียคิดส์มีมาตรฐานในการออกเยี่ยมลูกค้า(ร.ร.)เพื่อรายงานผลการทำงานและเยี่ยมครูชาวต่างชาติเพื่อให้คำแนะนำและติดตามการทำงานเพื่อรักษามาตรฐานในการบริการ

- **การเข้าพบผู้บริหาร/ผู้มีอำนาจการตัดสินใจ**ซื้อพนักงานขายมีแผนการออกทริปเพื่อเข้าพบลูกค้า(ร.ร.)ภาคเรียนละ 1-2 ครั้ง เพื่อนำเสนอแผนงานในการพัฒนาระดับการบริหารโครงการทันกับกระแสหรือยุคสมัย เพื่อสร้างกิจกรรมให้กับนักเรียนเพื่อทัศนคติที่ดีในการเรียนภาษาอังกฤษ เช่น การจัดการแข่งขันคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ชิงรางวัลไปต่างประเทศ

#### 4.1.5 กระแสรายได้ (Revenue Streams)

ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงภาพรวมของรายได้

กระแสเงินสดตลอดโครงการ ปีที่5	กระแสเงินสด
กระแสเงินสดรับ	13,610,570.60
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด	20%
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	5,150,000.00
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	40,131,268.41
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	34,981,268.41
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	285%

- รายได้จากสัญญาหลัก คือ งบประมาณที่ได้รับจากลูกค้า(โรงเรียน) ปัจจัยที่มีผลต่อการคำนวณรายได้ อาทิเช่น จำนวนนักเรียน จำนวนชาวต่างชาติที่ต้องการ โปรแกรมที่ทำการสอน ฯลฯ

- รายได้จากสัญญาเสริม คือ งบประมาณที่ได้รับนอกเหนือจากการจัดส่งครูชาวต่างชาติทำการสอนภาษาอังกฤษในห้องเรียน เช่น การจัดกิจกรรมค่ายภาษาอังกฤษ กิจกรรม Open House กิจกรรมทัศนศึกษาต่างประเทศ

#### 4.1.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resource)

- หลักสูตรและโปรแกรมต่างๆ ด้วยความแตกต่างของหลักสูตรและโปรแกรม ลำดับขั้นตอนและวิธีการบริหารหลักสูตร ย่อมผันเปลี่ยนตามหลักสูตรนั้นๆ เช่น หลักสูตรการเรียนที่เน้นทักษะการฟัง ,หลักสูตรการเรียนแบบเข้มข้น,หลักสูตรการเรียนโครงการพิเศษ Native English Speaker ( นักเรียนจบใหม่ )

- ครูชาวต่างชาติ ที่เป็นเจ้าของภาษาจาก 5 ประเทศ คือ อังกฤษ อเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ถือเป็นความต้องการของโรงเรียนไทย ในการดำเนินโครงการสอนภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนไทย

- นักศึกษาจบใหม่ ระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยในต่างประเทศต่างเป็นแหล่งจัดหาคนที่สำคัญ เพื่อให้ได้ครูตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการ และจำนวนที่เพียงพอ

#### 4.1.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

- จัดหลักสูตรและการสอนให้โรงเรียน ต้องมีมาตรฐานตรงตามความต้องการ

ของโรงเรียนหลักสูตรแกนกลางกระทรวงศึกษาธิการ มีระบบการควบคุมคุณภาพการสอนของครู ชาวต่างชาติและรายงานผลต่อคณะกรรมการโรงเรียน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และข้อตกลง ในโครงการของทุกโรงเรียน

- จัดโครงการ MOU ในต่างประเทศให้กับโรงเรียน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับ โรงเรียนและมหาวิทยาลัยในต่างประเทศให้กับโรงเรียนไทย และจัดทัศนศึกษาและดูงานให้กับคณะ ผู้บริหารและครูไทยไปต่างประเทศ

#### 4.1.8 พันธมิตร (Key Partners)

- Agency สถาบันที่ทำการอบรมชาวต่างชาติเกี่ยวกับการสอนภาษาอังกฤษ ให้กับประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง

- ลูกค้า (โรงเรียน) เป็นองค์กรที่ผลิตนักเรียนนักศึกษาซึ่งเป็นการศึกษาภาคบังคับ

- มหาวิทยาลัยในต่างประเทศ กลุ่มนักศึกษาที่เรียนในคณะ/สาขาเกี่ยวกับการ สอนต้องการที่ฝึกสอนหรือหาประสบการณ์สอนในต่างประเทศ

#### 4.1.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ตารางที่ 4.2 : แสดงโครงสร้างต้นทุน

โครงสร้างต้นทุน	% ต่อร้อยละ
ต้นทุนการให้บริการเงินเดือนครู	40%
ต้นทุนงานOperation	5%
ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร	10%
ส่งเสริมการขาย	5%
รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ	3%
การแข่งขัน-มอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ	6%
ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ Job Fair	3.6%
ค่าใช้จ่ายบริหาร/ดำเนินการ	27.4%
<b>รวม</b>	<b>100 %</b>

## 4.2 การวิเคราะห์ Five Force Model

### 4.2.1 Rivalry Among Current Competitors (การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม)

มีภาวะการแข่งขันสูงในตลาด โดยแบ่งการทำงานตลาด ดังนั้นเราจะทำแผนการนำเสนอให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละประเภท ราคา คุณภาพมาตรฐาน เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจ

### 4.2.2 Bargaining Power of Suppliers (อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์)

Suppliers ของเราคือ Agencies ต่างๆ มีหลายแห่ง ที่ทำงานร่วมกับเรายาวนาน มีความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากมีความต้องการครูในปริมาณที่มาก จึงมีบางที่ที่เราสามารถควบคุมงบประมาณรายจ่ายได้ บางที่เราไม่สามารถมีอำนาจต่อรองได้ เพราะจำนวนครูชาวต่างชาติไม่เพียงพอต่อความต้องการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Agency ที่เน้นการจัดหาครูส่งให้เราโดยตรง Agency ที่ทำงานร่วมกับเราทั้งหมด 10 แห่ง ค่าใช้จ่ายการจัดหาครูอยู่ในอัตราที่แตกต่างกัน ระหว่าง 10,000-20,000 บาท/คน

ภาพที่ 4.2 : ตัวอย่าง Agency ที่เน้นการจัดหาครูส่งให้เราโดยตรง



ที่มา : On the Mark. (2018). Agency. Retrieved from <https://www.onthemarktefl.com>.

On the Mark เป็นเอเจนซีที่ส่งครูชาวต่างชาติให้กับสถาบันมีเดียคิดส์มายาวนาน โดย On the Mark มีพันธมิตรอยู่ทั่วเอเชีย จะจัดส่งครูชาวต่างชาติไปตามโรงเรียนต่างๆ ทั่วในแถบเอเชีย การทำงานของ On the Mark จะเริ่มจากสัมภาษณ์ชาวต่างชาติ เพื่อถามถึงความต้องการในการมาสอน และหากชาวต่างชาติสนใจจะมาทำการสอนในประเทศไทย On the Mark จะส่งข้อมูลของชาวต่างชาติมาให้กับสถาบันมีเดียคิดส์ เพื่อทำการสัมภาษณ์อีกครั้ง ในเรื่องของคุณสมบัติและ Placement ที่ต้องการ และทางสถาบันมีเดียคิดส์กับ On the Mark จะช่วยกันติดต่อกับชาวต่างชาติ จนกว่าจะตกลงรับงาน โดยในแต่ละเทอม On the Mark จะจัดส่งครูชาวต่างชาติให้กับสถาบันฯ จำนวน 20-30 คน โดยได้รับค่าตอบแทน \$250 ต่อคน



2. Agency ที่เน้นสถาบันอบรมหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษ (TEFL, TESL) มี Agency ที่ทำงานร่วมกับเรา 11 แห่ง ค่าใช้จ่ายในการจัดการหาครูอยู่ที่ 10,000-20,000 บาทต่อคน

ภาพที่ 4.3 : ตัวอย่าง Agency ที่เน้นสถาบันอบรมหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษ



ที่มา : Xplore Asia. (2018). Agency. Retrieved from <https://www.xploreasia.org>.

Xplore Asia เป็นสถาบันสอน TEFL ที่ส่งครูชาวต่างชาติให้กับสถาบันมีเดียคิดส์ โดยการทำงานระหว่างกันอย่างเป็นทางการ โดยการทำหน้าที่จัดหาครูที่เหมาะสมกับตำแหน่งนั้นๆ ตามที่สถาบันมีเดียคิดส์เสนองานให้ ทาง Xplore Asia จะสัมภาษณ์นักเรียนในคอร์ส ให้ข้อมูลทั้งในการทำงาน เอกสารการทำงาน และสถานที่ และยืนยันการตอบตกลงงานของครูชาวต่างชาติกลับมาให้กับสถาบันมีเดียคิดส์ ซึ่งในแต่ละเทอม Xplore Asia จัดส่งครูชาวต่างชาติให้กับสถาบันฯ เทอมละ 20-30 คน โดยสถาบันฯ จะจ่ายค่าตอบแทนให้ 10,000 บาทต่อคน

#### 4.2.3 Bargaining Power of Customer (อำนาจการต่อรองของลูกค้า)

ลูกค้าที่จ่ายเงินจริงคือ นักเรียนและผู้ปกครอง ไม่มีอำนาจต่อรองกับเรา ลูกค้าที่มีอำนาจตัดสินใจคือ โรงเรียนผู้ทำสัญญากับเรา อำนาจการต่อรองของโรงเรียนขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของโรงเรียน และขนาดของโรงเรียน หากมีสถานที่ชุมชนในเมือง หรือใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือมีขนาดใหญ่จะมีอำนาจการต่อรองสูง แต่ถ้าโรงเรียนมีขนาดเล็ก อยู่ห่างไกลชุมชนเมือง จะไม่มีอำนาจการต่อรองมากนัก แต่จะเป็นปัญหาที่นักเรียน/ผู้ปกครองก็จะไม่มีอำนาจในการจ่ายที่สูงมากนัก

#### 4.2.4 Threat of Substitute Products or Services (ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน)

ลูกค้าสามารถเลือกบริการทดแทนโดยการจ้างโดยตรงกับครูชาวต่างชาติด้วยราคาที่ต่างกันมาก หรือเลือกที่จะทำงานกับ Agency ที่ทำหน้าที่จัดหาครูส่งให้โรงเรียนดูแลทุกอย่างด้วยตัวเอง แต่วิธีนี้ก็มีปัญหาและการจัดการที่ยุ่งยาก ขาดเสถียรภาพในการดำเนินโครงการ เพราะหากเกิดปัญหากับครู เช่น ครูขาด ครูหนีไม่ปฏิบัติตามสัญญา ครูมีปัญหาสอนไม่ได้ ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำเอกสาร Visa , Work permit จะทำให้เกิดความสูญเสียไปถึงคุณภาพการสอน ความต่อเนื่อง



การเรียนของนักเรียน ทำให้โรงเรียนเสียชื่อเสียงที่ตีงาม ซึ่งบางโรงเรียนที่ยังไม่มีความชำนาญก็จะยังไม่เลือกวิธีการนี้

#### 4.2.5 Threat of New Entrants (ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่)

คู่แข่งหน้าใหม่สามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมเดียวกัน คือบริหารงานทำโครงการได้ค่อนข้างยาก เพราะโรงเรียนจะเลือกที่ความสัมพันธ์ ความมีชื่อเสียงและผลงานเป็นที่ยอมรับก่อน ดังนั้นส่วนใหญ่ภัยคู่แข่งรายใหม่จะเข้าตลาดต้องยอมรับเรื่องราคาและอาจเลือกเสนอเป็นสินค้าทดแทน จัดหาครูให้ก่อน และจึงค่อยจัดบริการเต็มรูปแบบในภายหลัง

### 4.3 รายละเอียดคู่แข่งชั้นธุรกิจ

#### 4.3.1 คู่แข่งทางตรง

ภาพที่ 4.4 : คู่แข่งทางตรง



ที่มา : Sine Education. (2018). คู่แข่งทางตรง. Retrieved from <http://sineeducation.com>.

บริษัท ซายน์ เอ็ดดูเคชั่น เซอร์วิส จำกัด เป็นบริษัทที่ จัดหาอาจารย์ต่างชาติ สอนโปรแกรมภาษาอังกฤษให้กับโรงเรียนของรัฐบาลมากกว่า 25 โรงเรียน ทั่วประเทศ มีการดำเนินงานอย่างมืออาชีพ

**จุดเด่น** มีผู้ดูแลครูและประสานงานอยู่ประจำที่โรงเรียน และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนรัฐบาลใหญ่ๆประจำจังหวัดหรืออำเภอ ที่มีจำนวนนักเรียน 2,000 คนขึ้นไป และทำสัญญาโครงการ 3 ปี

**จุดด้อย** ราคาโครงการจัดอยู่ในระดับที่สูงกว่าบริษัทเรา

### 4.3.2 คู่แข่งทางอ้อม

ภาพที่ 4.5 : คู่แข่งทางอ้อม



ที่มา : OEG. (2018). คู่แข่งทางอ้อม. Retrieved from <http://www.oeg.co.th>.

บริษัท OEG มีชื่อเสียงยาวนานในด้านการจัดส่งครูให้กับโรงเรียน เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติ ได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยผ่านการใช้ชีวิตและประสบการณ์ในประเทศไทยด้วยการเป็นผู้สอนหรือผู้ช่วยสอนในโรงเรียนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

**จุดเด่น** โครงการ OEG Teach in Thailand เป็นโครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ในการส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนไทยจึงได้รับการต้อนรับและสนับสนุนจากโรงเรียนเป็นอย่างดี อัตราค่าบริการในการจัดส่งครู ราคาไม่สูง ค่าธรรมเนียมสมาชิกการเข้าร่วมโครงการ 2,500 บาท ค่าธรรมเนียมการคัดเลือกบุคลากรผู้สอนชาวต่างชาติ ภาคเรียนละ 3,500 บาท / 1 ท่าน

**จุดด้อย** ไม่มีผู้ประสานด้านเอกสารซึ่งเป็นความรับผิดชอบของโรงเรียนโดยตรง เช่น Visa Work Permit ครูที่ทางบริษัทจัดส่งส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนแลกเปลี่ยน

#### 4.4 การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ

ตารางที่ 4.3 : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ ทางตรงและทางอ้อม

รูปแบบการแข่งขัน	ลักษณะการแข่งขัน	กลยุทธ์การตลาดคู่แข่ง
การแข่งขันทางตรง	ดำเนินธุรกิจโดยบริหารงาน ทำโครงการให้ทั้งระบบ จัดหลักสูตร จัดกิจกรรม จัดหาครู และรับผิดชอบตลอดโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาศัยความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>- ความเข้าใจถึงความต้องการลูกค้าเชิงลึก</li> <li>- คุณภาพ และราคาที่เหมาะสม (หรือ) แข่งขัน ตัดราคา</li> </ul>
การแข่งขันทางอ้อม	ดำเนินธุรกิจโดยการจัดส่งครู ไม่ดำเนินการจัดกิจกรรมอื่น อาจรับผิดชอบ หรือไม่รับผิดชอบต่อกรณีครูมีปัญหา หรือทั้งสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาต่ำ</li> <li>- ไม่ซับซ้อน</li> <li>- ไม่รับความเสี่ยง</li> <li>- ไม่มีทีมงานกำกับติดตามคุณภาพ</li> </ul>

ตารางที่ 4.4 : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจสถาบันมีเดียคิดส์	คู่แข่ง
ผลิตภัณฑ์ โครงการProgram	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการ ECD,EP,MEP,IEP</li> <li>2. ระยะเวลาสัญญา 1 ปีและ3 ปี</li> <li>3. หลักสูตร/หนังสือ</li> <li>4. โปรแกรมสื่อการสอน Multimedia มีความทันสมัยและมีทีมงานคุณภาพ</li> <li>5. กิจกรรมหลักสูตร มีหลากหลาย สามารถจัดได้ตามความต้องการของลูกค้า</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีลักษณะโครงการที่คล้ายคลึงกัน</li> <li>- ทั้งหลักสูตร ระยะเวลา ส่วนโปรแกรม Multimedia ยังไม่ทันสมัยเท่ากับเรา กิจกรรมไม่หลากหลายเท่าเรา</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจสถาบันมีเดียคิดส์	คู่แข่ง
ราคา	1. โครงการ ฟัง-พูด ECD ราคา 400-500 บาท 2. โครงการ EP,MEP ราคา 13,000-15,000 บาท 3. โครงการ IEP ราคา 5,000 บาท	- ไม่ต่างกัน
ทีมงานผู้ดำเนินโครงการ	1. มีประสบการณ์ยาวนานมีความรู้สูงและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า 2. มีฝ่ายที่รับผิดชอบแต่ละด้านชัดเจนมีจำนวนที่เพียงพอ เข้าถึงทุกพื้นที่	- ทีมงานเปลี่ยนบ่อยไม่มีประสบการณ์ในการทำงานและระบบการทำงานที่ไม่เข้มแข็ง
มาตรฐานการบริการ	1. การอบรมครู Orientation Course เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนส่งไปสอนที่โรงเรียน 2. การจัดอบรมครู หลักสูตร TEFL เพื่อให้ครูมีความรู้ทักษะในการสอนภาษาอังกฤษ 3. มีมาตรฐานในการทำงานชัดเจนในการจัดการครู	- ไม่มีการจัดอบรมอย่างต่อเนื่อง - คู่แข่งบางที่มีการอบรมให้และบางที่ไม่มีการอบรม - ไม่มีมาตรฐานในการจัดการครูที่ดีพอ
การส่งเสริมการขาย	1. จัดทัศนศึกษาดูงานต่างประเทศให้คณะผู้บริหารและคณะครู 2. จัดกิจกรรมแข่งขันภาษาอังกฤษ MK AWARD ไปประเทศเกาหลีใต้ 3. จัดบสนับสนุนกิจกรรมต่างๆในโรงเรียน	- มีการจัดให้เหมือนกับเรา - ไม่มี - มีการจัดเหมือนกัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : การเปรียบเทียบคู่แข่งธุรกิจ

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจสถาบันมีเดียคิสต์	คู่แข่ง
พันธมิตรทางธุรกิจ	1. มหาวิทยาลัยในต่างประเทศ UK, CANADA 2. Agency และสถาบันอบรมครู TEFL 3. โรงเรียนไทยรัฐบาลและเอกชน 4. บริษัทในเครือข่ายของเราเองที่สนับสนุน ธุรกิจของเราโดยตรง เช่น Uni TEFL ที่เชียงใหม่ start smart ที่ Vancouver Canada TCC-Thai Canada CommunityCollege ที่ PEI Canada	คู่แข่งชั้นก็มีพันธมิตรลักษณะเดียวกัน แต่คนละสถาบัน

4.5 การวิเคราะห์พันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจและวิธีการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจสถานศึกษาในประเทศไทย

เพื่อความสามารถในการแข่งขัน ความเติบโตของธุรกิจ หรือเพื่อกลยุทธ์ทางการตลาด โรงเรียนหรือสถานศึกษาถือเป็นพันธมิตรหลักของธุรกิจ เป็นองค์กรที่ผลิตบุคลากรออกสู่ตลาดแรงงาน จึงถือเป็นโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของนักเรียนให้พัฒนาการสมวัยและเป็นที่ยอมรับ มีผลไปสู่ความต้องการของตลาดแรงงาน

การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับโรงเรียน สถานศึกษา จึงทำได้โดยจัดหลักสูตรการเรียนการสอน ฟัง-พูด-อ่าน-เขียน โดยการจัดในรูปแบบโครงการเพื่อให้นักเรียนปรับพื้นฐานในการเรียน การสอบแข่งขันคำศัพท์ถ่วงเป็นผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายที่ได้รับ ส่งผลให้เสียงกับตอบรับจากผู้ปกครองนักเรียนและอาจารย์เป็นที่ยอมรับและบอกต่อถึงสถาบัน ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การขยายโครงการต่อเนื่อง

#### 4.6 บทสรุป Model ธุรกิจ

ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องการทุกสถาบันการศึกษา ต้องการเพิ่มการเรียนรู้ภาษาอังกฤษและพัฒนาศักยภาพของนักเรียนตนเองให้การแสดงออก เพราะภาษาอังกฤษเป็นประตูไปสู่อาชีพการงาน ความสำคัญของภาษาอังกฤษได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตในด้านการสื่อสาร แต่ธุรกิจนี้ไม่ใช่ธุรกิจที่จะเกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากต้องสร้างความสัมพันธ์กับสัมพันธ์มิตรทางการค้าแล้ว ต้องสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการบริการที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ หากไม่มีประสบการณ์จะเข้าสู่ธุรกิจนี้ได้ยาก



## บทที่ 5

### แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

#### 5.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

สถาบันมีเดียคิดส์ ได้ทำการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจโดยใช้ข้อมูล Swot จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของธุรกิจและผลวิจัยในการวิเคราะห์แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ภายใต้แนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อการดำเนินตามวัตถุประสงค์ในการทำแผนธุรกิจ

#### 5.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

##### 5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการตรงความต้องการหรือเกินความต้องการของพนักงาน ผู้รับบริการจนทำให้เกิดความพอใจ และเกิดความจงรักภักดี  
แนวคิดคุณภาพการบริการ

- Reliability (ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ)
- Assurance (ความมั่นใจ)
- Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้)
- Empathy (ความใส่ใจ)
- Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า)
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับบริการที่สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการ หรือคาดหวังไว้ ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจ และส่งผลให้กลับมาใช้บริการอีกเพราะความเชื่อมั่น เชื่อถือ ไว้วางใจที่จะใช้บริการกับเรา โดยมุ่งไปที่ 3 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors) หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน เพศ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อายุ เวลาในการทำงาน การศึกษา เงินเดือน ความสนใจ เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านงาน (factor in the Job) ได้แก่ ลักษณะของงาน ทักษะในการทำงาน ฐานะทางวิชาชีพ ขนาดของหน่วยงาน ความห่างไกลของบ้านและที่ทำงาน สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านการจัดการ (factors controllable by management)

ได้แก่ ความมั่นคงในงาน รายรับ ผลประโยชน์ โอกาสก้าวหน้า อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่ สภาพการทำงาน เพื่อร่วมงาน ความรับผิดชอบ การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร การนิเทศงาน เป็นต้น

- แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค(SWOT) ของสถาบันมีเดียคิดส์ หนึ่งในจุดอ่อนที่เป็นปัญหาของสถาบันมาโดยตลอดนั้นคือ ไม่สามารถจัดหาครูชาวต่างชาติได้ตามที่ลูกค้าต้องการ หรือจัดส่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนด จึงได้จัดทำกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดครูชาวต่างชาติตามวัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาใช้ในการทำกลยุทธ์ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา ( Price )
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( Place )
4. ด้านส่งเสริมการตลาด ( Promotion )
5. ด้านบุคคล ( People )
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)
7. ด้านกระบวนการ ( Process)

### 5.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 5.1 : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p><b>1.กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพพนักงานในองค์กร</b></p> <p>เพื่อบุคลากรให้มีความรู้และทักษะด้านต่างๆ ให้ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดหาครูชาวต่างชาติ ฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายประสานงาน เพื่อให้องค์กรมีการเติบโต และสามารถต่อยอดธุรกิจได้เพราะปัจจุบันมีภาวะการแข่งขันสูง</p>

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p><b>วัตถุประสงค์:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้านความรู้ด้านโครงการและหลักสูตรให้ตระหนักและเข้าใจถ่องแท้ถึงคุณค่าของโครงการ</li> <li>2. เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจของการบริการ</li> <li>3. เพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการ</li> </ol> <p><b>งบประมาณ:</b> 100,000 บาท</p> <p><b>การดำเนินงาน:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดอบรมพนักงานฝ่ายประสาน (consultant) 30 คน</li> <li>2. จัดอบรมพนักงานฝ่ายจัดหาครูชาวต่างชาติ (HR) 20 คน</li> <li>3. จัดอบรมพนักงานขาย (Sales) 10 คน</li> </ol>
<p><b>2. กลยุทธ์Reliability(ความไวใจ/ ความน่าเชื่อถือ)</b></p> <p><b>วัตถุประสงค์:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้ลูกค้ารายเดิมต่อสัญญา</li> <li>2. เพื่อให้ลูกค้ารายเดิมแนะนำและบอกต่อลูกค้ารายใหม่</li> <li>3. เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความสัมพันธ์อันดี และคุณภาพลักษณะที่เป็นมาตรฐานสากล</li> </ol> <p><b>งบประมาณ:</b> 2,100,000 บาท</p> <p><b>การดำเนินงาน:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดอบรมหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษที่สถาบัน Uni TEFL ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถาบันที่อบรมครูชาวต่างชาติก่อนที่ส่งไปสอนในโรงเรียนไทย โดยเชิญอาจารย์แต่ละโรงเรียนเป็นลูกค้ามาร่วมงานและกิจกรรม เพื่อให้เห็นภาพความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการอบรมและการทำงานสถาบัน</li> <li>2. สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันให้กับโรงเรียนไทย และสถานศึกษาในต่างประเทศ (MOU) โดยการจัดเป็นกิจกรรมทัศนศึกษาดูงานต่างประเทศ ให้กับคณะผู้บริหารโรงเรียนและคณะครู</li> </ol>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p><b>3. กลยุทธ์ Promotion</b></p> <p><u>วัตถุประสงค์:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อสร้างความแตกต่างการให้บริการที่เหนือความคาดหวังลูกค้า</li> <li>2. เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ</li> <li>3. เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการจัดอย่างต่อเนื่องและตอกย้ำในตลาด</li> </ol> <p><u>งบประมาณ:</u> 4,200,000/ผู้บริหารและนักเรียน 200 คน</p> <p><u>การดำเนินงาน:</u></p> <p>จัดกิจกรรม MK AWARD</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กิจกรรมการสอบแข่งขันคำศัพท์ภาษาอังกฤษเพื่อชิงทุนไปทัศนศึกษาที่ เกาหลีใต้</li> <li>2. มีหลักสูตรการเรียนการสอนและตัวชี้วัดมอบให้กับโรงเรียน</li> <li>3. จัดพิธีมอบรางวัลประกาศเป็นเกียรติแก่นักเรียนผู้ชนะเลิศ และจัดทริปไปทัศนศึกษา</li> </ol> <p>ท่องเที่ยว ณ ประเทศเกาหลีใต้</p>
<p><b>4. กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงคุณค่าในงานของเรา “Your Journey Begins Here ”</b></p> <p><u>วัตถุประสงค์:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นจุดเด่นของโครงการของเรา</li> <li>2. เพื่อดึงดูดความสนใจ ในโครงการ Teaching In Thailand และให้มุมมองที่แข่งขันได้จากการดึงดูดจากต่างประเทศ</li> </ol> <p>Slogan : Your Journey Begins Here</p> <p><u>งบประมาณ:</u> 1,000,000 บาท</p> <p><u>การดำเนินงาน:</u></p> <p>สร้างจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ชี้ให้เห็นคุณค่าในงานของเรา</p> <p><b>1. ด้านสัญญาการทำงานและผลตอบแทน</b></p> <p><u>ด้านสัญญา</u></p> <p>กำหนดให้ชัดเจนและปฏิบัติตรงตามสัญญา มีความจริงใจต่อการทำงานร่วมกัน ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่นและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในการบอกต่อ ช่วยในการประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ</p>


(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

<b>รายละเอียดของกลยุทธ์</b>
<p><u>ด้านค่าตอบแทน</u></p> <p>เงิน คือ ปัจจัยสำคัญในการใช้ชีวิตทุกวันนี้ จึงถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจรับหรือไม่รับงานของชาวต่างชาติ ดังนั้นเราจึงเลือกค่าตอบแทนให้เป็นมาตรฐาน ตามคุณสมบัติของครูอย่างชัดเจน และไม่ให้ต่ำกว่าค่าตอบแทนในตลาดและไม่สูงเกินไปจนทำให้กระทบกับต้นทุน จนทำให้ยากต่อการแข่งขัน</p> <p><b>2. ด้านการดูแลและจัดการอย่างมืออาชีพ</b></p> <p>ครูชาวต่างชาติ กลุ่มเป้าหมายที่เราจะทำการประชาสัมพันธ์ เป็นนักศึกษาพึ่งจบจากมหาวิทยาลัย ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการสอนในต่างประเทศ ดังนั้นจึงยังต้องการคำแนะนำอย่างถูกต้อง เพื่อสามารถปรับตัวและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากครูไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคม วัฒนธรรม ที่แตกต่าง ไม่มีทิศทางในการสอนก็จะไม่สามารถดำเนินงานต่อได้อย่างเป็นสุข</p> <p><u>จัดการอบรม TEFL</u> หลักสูตร 120 hrs. (4 weeks)</p> <p>เพื่อเตรียมความพร้อมให้ครูได้มีความรู้ ทักษะในการสอนภาษาอังกฤษ สร้างความเชื่อมั่นให้กับครูชาวต่างชาติ เป็น Profile ที่ดีให้กับครูและเป็นมืออาชีพ</p> <p><u>จัดอบรม Orientation Course</u> หลักสูตร 3 วัน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการต้อนรับครูชาวต่างชาติด้วยวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างความประทับใจแรกพบ</li> <li>- เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงานร่วมกันระหว่างสถาบันกับครูและโรงเรียนไทย</li> <li>- สร้างความเข้าใจในการจัดการด้านเอกสาร Visa ,Work permit ,งานหลักสูตรและการสอนใน Program ต่างๆ การจัดการให้ข้อมูลโรงเรียน,ที่พักและการเดินทาง</li> </ul> <p><u>จัดทีมงานดูแลใกล้ชิด</u> โดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ฝ่ายปฏิบัติการ งานเอกสาร Visa ,Work permit</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีผู้ประสานงานครูชาวต่างชาติที่จะไปพบกับครูชาวต่างชาติเดือนละ 1-2 ครั้ง เพื่อดำเนินการวีซ่าทำงาน ใบอนุญาตทำงาน ดูแลที่พัก ประสานงานระหว่างครูชาวต่างชาติกับครูไทยและโรงเรียน อีกทั้งยังเป็นที่พักษาในทุกๆเรื่องตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ชาวต่างชาติที่ต้องมาอยู่ต่างถิ่นใช้ชีวิตได้อย่างราบรื่นที่สุด</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p>2. ฝ่ายหลักสูตร</p> <p>- มีที่ปรึกษาด้านหลักสูตรคอยให้คำแนะนำในการสอน เพื่อปรับรูปแบบการสอนให้ตรงกับรูปแบบการสอนของโรงเรียนนั้นๆ และช่วยแก้ไขปัญหการสอนในทุกด้าน</p> <p>3. ฝ่ายจัดหาครู (HR) ดูแลงานสัญญา และข้อตกลงการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และดูแลครูให้สามารถทำงานได้อย่างราบรื่น มีความสุขและประทับใจในการทำงานร่วมกัน</p> <p>ตลอดสัญญา สร้างผลงานที่ดีให้กับโรงเรียน</p> <p><u>มอบความภาคภูมิใจร่วมกัน</u></p> <p>มอบโบนัส Best Teacher</p> <p>สำหรับครูชาวต่างชาติที่ทำการสอนได้ดี จากการประเมินของที่ปรึกษาด้านหลักสูตร โรงเรียนครูไทย และนักเรียน เพื่อให้ครูชาวต่างชาติมีแรงผลักดันในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และดีสม่าเสมอ ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีกับทั้งสามฝ่าย คือสถาบันได้ชื่อเสียงที่ดี โรงเรียนได้ครูที่ดี มีความพอใจ และครูชาวต่างชาติได้รับโบนัสจากการทำดี</p> <p>มอบโบนัส Compensation Bonus</p> <p>มอบใบประกาศและหนังสือรับรองเอกสารการทำงาน เพื่อเป็นเกียรติประวัติที่ดีให้กับครู</p> <p><u>การท่องเที่ยวในเมืองไทย</u></p> <p>เราดึงดูชาวต่างชาติด้วยความโดดเด่นทางด้านนี้ด้วย</p> <p>1. สถานที่ท่องเที่ยวที่เรามีอยู่มากมาย</p> <p>ในทุกภูมิภาคของประเทศ</p> <p>ภาพที่ 5.1 : ภาพการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข</p>


(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p>2. อาหาร : ด้วยความหลากหลาย ทั้งผลไม้ตามฤดูกาลและราคาแสนถูก</p> <p>3. ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมไทย : ที่เรามีมายาวนานแต่บรรพบุรุษล้วนเป็นมรดกต้นทุนที่เราสามารถสร้างคุณค่าททและความแตกต่างในการดึงดูดให้ชาวต่างชาติได้เข้ามาสัมผัส รวมถึงอัยาศัยไมตรีของคนไทย ที่ทำให้การต้อนรับชาวต่างชาติเป็นอย่างดี</p> <p>4. งานบริการต่างๆ : เช่นนวดสปาไทย ที่ครูต่างชาติสามารถให้บริการได้ด้วยราคาที่หาไม่ได้ในต่างประเทศ</p> <p>ภาพที่ 5.2 : การนวดสปา</p> 
<p><b>5.กลยุทธ์การหาครูชาวต่างชาติ</b></p> <p><u>วัตถุประสงค์:</u></p> <p>เพื่อจัดหาครูชาวต่างชาติจัดส่งให้กับลูกค้า คือโรงเรียนรัฐบาลและเอกชน ให้ได้ในระยะเวลาที่กำหนด <u>งบประมาณ:</u> 2,500,000 บาท</p> <p><u>การดำเนินงาน:</u></p> <p>1. ในโลกปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวไกล สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ข้ามโลกแบบทันที ช่องทางการจัดหาครูชาวต่างชาติจึงใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ผ่านการโฆษณาบนเว็บไซต์ของสถาบัน ผ่านสังคมออนไลน์ชื่อดัง คือ Facebook และ Instagramและผ่านเว็บไซต์หางานออนไลน์ทั่วโลกทั้งแบบฟรีและเสียค่าใช้จ่าย โดยกระตุ้นโฆษณาเหล่านั้นด้วยการซื้อโฆษณาของ Google AdwordและFacebook Ads เพื่อเพิ่ม Traffic ให้กับเว็บไซต์ และทำให้ชาวต่างชาติรู้จักและคุ้นชินกับแบรนด์สถาบันภาษามีเดีย คิตส์</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

### รายละเอียดของกลยุทธ์

ภาพที่ 5.3 : การโฆษณาของสถาบันมีเดียคิลส์บน Facebook



2. Trip Oversea Marketing ทำการประชาสัมพันธ์ที่มหาวิทยาลัยในประเทศเจ้าของภาษา โดยการเลือกทำการตลาดในประเทศแคนาดา และประเทศอังกฤษ เพราะเน้นประเทศที่เราได้สร้างความรู้จัก และ Connection ไว้แล้ว ซึ่งเป็นการเข้าหาเป้าหมายโดยตรง นั่นคือกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ผ่านการออกบูทในมหาวิทยาลัย และการประชาสัมพันธ์หน้าชั้นเรียน ซึ่งวิธีนี้จะทำให้ได้ครูชาวต่างชาติที่ลักษณะถูกต้องตามที่โรงเรียนต้องการ ทั้งอายุ วุฒิการศึกษา และสัญชาติ

ภาพที่ 5.4 : การประชาสัมพันธ์ที่มหาวิทยาลัยในประเทศอังกฤษ



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

รายละเอียดของกลยุทธ์
<p>3. ผูกพันมิตรกับสถาบันสอนหลักสูตร TEFL(Teaching English as a Foreign Language) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ส่งนักเรียนที่จบหลักสูตรแล้วเข้ามาเป็นครูสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทย ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนตั้งแต่ \$250 - \$500 USD</p> <p>ภาพที่ 5.5 : การผูกพันมิตรกับสถาบันสอนหลักสูตร TEFL</p> <div style="text-align: center;">  </div>

#### 5.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ

ตารางที่ 5.2 : แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ

ประเภทของแหล่ง เงินทุน	การวิเคราะห์ ข้อดี-ข้อเสีย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุน ภายใน	ข้อดี: ไม่มีภาระหนี้สิน ข้อเสีย: สูญเสียโอกาสที่จะนำเงินของเราไปลงทุนในด้านอื่นๆ
กลยุทธ์แหล่งเงินทุน ภายนอก	ข้อดี: ระดมเงินทุนได้ไม่จำกัด ข้อเสีย: รับภาระจ่ายอัตราดอกเบี้ย และต้องชำระเงินต้นทุกเดือน ภายในระยะเวลาที่กำหนด ถ้าจ่ายไม่ตรงหรือทันอาจต้องจ่ายค่าปรับ หรือถูกยึดทรัพย์สินหลักค้ำประกัน



ตารางที่ 5.3 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

ธุรกิจ Mediakids Academy			
งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้เจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
รถยนต์ต่างประเทศ	700,000.00	-	700,000.00
เฟอร์นิเจอร์	100,000.00	-	100,000.00
อุปกรณ์สำนักงาน	200,000.00	-	200,000.00
<b>สินทรัพย์ถาวรรวม</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>1,000,000.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าจดทะเบียน corporate	75,000.00	-	75,000.00
ค่าที่ปรึกษา	75,000.00	-	75,000.00
ค่าดำเนินการดูงานต่างประเทศ	300,000.00	-	300,000.00
<b>เงินทุนหมุนเวียน ขยายธุรกิจ</b>	<b>1,000,000.00</b>		<b>1,000,000.00</b>
<b>เงินทุนหมุนเวียน โปรเจคประเทศอังกฤษ</b>	<b>500,000.00</b>	<b>-</b>	<b>500,000.00</b>
<b>เงินทุนหมุนเวียน โปรเจคประเทศแคนาดา</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>1,000,000.00</b>
<b>เงินทุนหมุนเวียน โปรเจค VANCOUVER</b>	<b>1,200,000.00</b>	<b>-</b>	<b>1,200,000.00</b>
<b>รวมเงินลงทุนขยายธุรกิจ</b>	<b>5,150,000.00</b>	<b>-</b>	<b>5,150,000.00</b>
โครงสร้างเงินทุน	100.00	-	100.00
แหล่งเงินทุน วงเงิน OD			

การลงทุนใหม่ของธุรกิจ ประกอบด้วย

- สินทรัพย์ถาวร เท่ากับ 1,000,000 บาท เพื่อ ดำเนินงานการตลาดในต่างประเทศในการจัดการครูชาวต่างชาติจำนวนมากขึ้น เพื่อมาสอนในโรงเรียนลูก้าของเรา
  - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการจำนวน 450,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนในการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศที่เลือกได้แก่ประเทศอังกฤษ และแคนาดา (เมือง PEI และ Van Corver) จำนวน 3,700,000 บาท
- ดังนั้นเงินลงทุนขยายธุรกิจรวมเท่ากับ 5,150,000 บาท โดยใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ (ขอเปิดใช้วงเงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร OD )



ตารางที่ 5.4 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อม

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	1,000,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	200,000	400,000	600,000	800,000	1,000,000
<b>โอนไปงบดุล</b>					
สินทรัพย์ถาวรรวม	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	200,000	400,000	600,000	800,000	1,000,000
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	800,000	600,000	400,000	200,000	-
<b>ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย</b>	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	450,000				
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานตัดจ่าย	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ตัดจ่ายสะสม	90,000	180,000	270,000	360,000	450,000
<b>โอนไปงบดุล</b>					
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
หักตัดจ่ายสะสม	90,000	180,000	270,000	360,000	450,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานสุทธิ	360,000	270,000	180,000	90,000	-

ค่าเสื่อมราคา คิดจากมูลค่ารวมสินทรัพย์ถาวร = 1,000,000 บาท นำมาคำนวณตัดเป็นค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 5 ปี (อัตรา 20%) = 200,000 บาท/ปี

ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน = 450,000 บาท นำมาคำนวณตัดเป็นค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 5 ปี (อัตรา 20%) = 90,000 บาท/ปี

ตารางที่ 5.5 : แสดงการประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5					
การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สัญญาโรงเรียน(สัญญาหลัก)	0	0	0	0	0
จำนวนเงิน/สัญญา/เทอม	0	0	0	0	0
จำนวนครู/เทอม	100	100	150	150	150
รายได้ต่อเทอมต่อครู	250,000	250,000	262,500	262,500	262,500
รายได้ต่อปี	50,000,000	50,000,000	78,750,000	78,750,000	78,750,000
รายได้สัญญาเสริมหลักสูตร/ปี	20,000,000	20,000,000	31,500,000	31,500,000	31,500,000
		-	-	-	-
รายได้ค่าบริการต่อปี	70,000,000	70,000,000	110,250,000	110,250,000	110,250,000

รายได้ตามสัญญาหลัก

จำนวนครูต่อเทอม ปีที่ 1-2 = 100 คน และปีที่ 3-4-5 = 150 คน รายได้ต่อเทอมต่อครู ปีที่ 1-2 = 250,000 บาท และปีที่ 3-4-5 = 262,500 บาท รายได้จากสัญญาเสริมหลักสูตร โดยแต่ละโรงเรียนจะเลือกให้จัดกิจกรรมเสริม เช่น ค่ายภาษาอังกฤษ กิจกรรมแข่งขัน คำศัพท์ หรือ Open house เป็นต้น คิดเป็นประมาณการ 20% ของสัญญาหลัก

ตารางที่ 5.6 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำประปา ค่าไฟ (เพิ่ม 5%)	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
ค่าอินเทอร์เน็ต	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าเช่า	288,000	288,000	288,000	288,000	288,000
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	48,000	50,400	52,920	55,566	58,344
ค่าเสื่อมราคา	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
เงินเดือนพนักงาน (เพิ่ม 5%)	3,700,000	3,885,000	4,079,250	4,283,213	4,497,373
ค่าใช้จ่ายในออก JOB FAIR UK	300,000	300,000	400,000	400,000	400,000
ค่าใช้จ่ายในออก JOB FAIR PEI CANADA	1,000,000	1,000,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
ค่าใช้จ่ายในออก JOB FAIR VANCOUVER	1,200,000	1,200,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000
โฆษณา (เพิ่ม 5%)	300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
รวมต้นทุนคงที่	7,294,000	7,503,600	8,223,680	8,454,764	8,697,402
รายได้รวม	70,000,000	70,000,000	110,250,000	110,250,000	110,250,000

ต้นทุนคงที่ จะมีรายการค่าใช้จ่ายที่ประมาณการเพิ่มขึ้น 5% ของค่าน้ำค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เงินเดือนพนักงานและค่าโฆษณา เนื่องจากการรักษาการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ต้องให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลอดทั้งปีต่อเนื่องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 5.7 : แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร

นโยบายการส่งเสริมการขาย					
รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ	0%				
การแข่งขัน-มอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ	0%				
ส่วนลด	0%				
ค่าส่งเสริมการขาย (บัตรสมาชิก)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	70,000,000.00	70,000,000.00	110,250,000.00	110,250,000.00	110,250,000.00
รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ	-	-	-	-	-
การแข่งขัน-มอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ	-	-	-	-	-
ส่วนลด	-	-	-	-	-
ต้นทุนการให้บริการ					
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการเงินเดือนครู	28,000,000	28,000,000	45,600,000	45,600,000	45,600,000
ต้นทุนงาน Operation 5%	3,500,000	3,500,000	5,512,500	5,512,500	5,512,500
ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร10%	7,000,000	7,000,000	11,025,000	11,025,000	11,025,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 2% ,4%	1,400,000	1,400,000	4,410,000	4,410,000	4,410,000
ส่งเสริมการขาย 2%,4%	1,400,000	1,400,000	4,410,000	4,410,000	4,410,000
รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ 3% ,4%	2,100,000	2,100,000	4,410,000	4,410,000	4,410,000
การแข่งขัน-มอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ 6%	4,200,000	4,200,000	6,615,000	6,615,000	6,615,000
ส่วนลด 2%	1,400,000	1,400,000	2,205,000	2,205,000	2,205,000
รวมต้นทุนผันแปร	49,000,000	49,000,000	84,187,500	84,187,500	84,187,500

#### ต้นทุนการการให้บริการ

ต้นทุนเงินเดือนเดือนครู ปีที่ 1-2 คิดเดือนละ 35,000 บาท คิด 8 เดือน /ปี/ (4 เดือน/เทอม) ปีที่ 3-4-5 คิดเดือนละ 38,000 บาท คิด 8 เดือน/ปี (4 เดือน/เทอม)

ต้นทุน Operation เป็นต้นทุนฝ่ายปฏิบัติการ ที่จะต้องดูแลกำกับงานด้านเอกสาร VISA และ Work permit การจัดหาที่พักและอื่นๆ คิดต้นทุน 5% ของรายรับ

ต้นทุนกิจกรรมเสริมหลักสูตร เป็นต้นทุนในการจัดกิจกรรมเสริมที่โรงเรียนต้องการเพิ่มเติม เช่น การจัดการค่ายภาษาอังกฤษ การจัดการแข่งขันคำศัพท์ การจัดกิจกรรม Open house เป็นต้น ประมาณการ 10%ของรายรับรวม คำนวณค่าใช้จ่ายดำเนินการอื่นๆเป็นเปอร์เซ็นต์ ของรายรับรวม เพื่อขยายตลาดและรักษาฐานลูกค้า ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 2%,4% ส่งเสริมการขาย 2%,4% รับรองลูกค้าดูงานต่างประเทศ 3%,4% การแข่งขัน-มอบทุนนักเรียนไปต่างประเทศ 6% และส่วนลด 2

ตารางที่ 5.8 : แสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน					
กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร					
อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย					
<b>การคำนวณจุดคุ้มทุน</b>	<b>ปีที่ 1</b>	<b>ปีที่ 2</b>	<b>ปีที่ 3</b>	<b>ปีที่ 4</b>	<b>ปีที่ 5</b>
กำไรส่วนเกิน	21,000,000	21,000,000	26,062,500	26,062,500	26,062,500
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.30	0.30	0.24	0.24	0.24
จุดคุ้มทุนต่อปี	24,313,333	25,012,000	34,787,941	35,765,476	36,791,888
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	2,026,111.11	2,084,333.33	2,898,995.11	2,980,456.37	3,065,990.70
จุดคุ้มทุนต่อวัน	67,537.04	69,477.78	96,633.17	99,348.55	102,199.69
อัตราดอกเบี้ย	11% ต่อปี				
ระยะเวลากู้	5 ปี				
<b>ดอกเบี้ยจ่าย</b>	<b>ปีที่1</b>	<b>ปีที่2</b>	<b>ปีที่3</b>	<b>ปีที่4</b>	<b>ปีที่5</b>
เงินกู้	5,150,000.00	4,120,000.00	3,090,000.00	2,060,000.00	1,030,000.00
ชำระเงินกู้เท่ากับทุกปี	1,030,000.00	1,030,000.00	1,030,000.00	1,030,000.00	1,030,000.00
เงินกู้สุทธิ	4,120,000.00	3,090,000.00	2,060,000.00	1,030,000.00	-
ดอกเบี้ยจ่าย	566,500.00	453,200.00	339,900.00	226,600.00	113,300.00

กำหนดแผนการชำระหนี้เงินกู้ ระยะเวลา 5 ปี ดอกเบี้ย 11 % ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อขยายงานธุรกิจในระยะเวลา 5 ปี และสามารถชำระเงินกู้ได้ครบเต็มจำนวน กำไรส่วนเกิน คือ ยอดรายรับ หักด้วย ต้นทุนผันแปร ปีที่ 1,2 = 21,000,000 ปีที่ 3,4,5 = 26,062,500 อัตราส่วนของกำไรส่วนเกิน คือ กำไรส่วนเกินหารด้วย ยอดขาย ปีที่ 1,2 = 0.30 ปีที่ 3,4,5 = 0.24

ตารางที่ 5.9 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	70,000,000.00	70,000,000.00	110,250,000.00	110,250,000.00	110,250,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	49,000,000.00	49,000,000.00	84,187,500.00	84,187,500.00	84,187,500.00
กำไรส่วนเกิน	21,000,000.00	21,000,000.00	26,062,500.00	26,062,500.00	26,062,500.00
หัก ต้นทุนคงที่	7,294,000.00	7,503,600.00	8,223,680.00	8,454,764.00	8,697,402.20
กำไรก่อนการดำเนินงาน	13,706,000.00	13,496,400.00	17,838,820.00	17,607,736.00	17,365,097.80
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	566,500.00	453,200.00	339,900.00	226,600.00	113,300.00
กำไรก่อนหักภาษี	13,139,500.00	13,043,200.00	17,498,920.00	17,381,136.00	17,251,797.80
หัก ภาษี 20%	2,627,900.00	2,608,640.00	3,499,784.00	3,476,227.20	3,450,359.56
กำไรสุทธิ	10,511,600.00	10,434,560.00	13,999,136.00	13,904,908.80	13,801,438.24
*อัตราภาษีเงินได้	20.00%				
*อัตราเงินปันผล	0.00%				

จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนกรณีสถานการณ์ปกติ จะมีผลกำไรสุทธิตั้งแต่ปีที่1-2 (10,511,600 , 10,434,560) และสูงขึ้นจากการขยายงานตลาดในเมืองและรับครูเพิ่มจากต่างประเทศ ในปีที่ 3-4-5(13,999,136 , 13,904,908.80 , 13,801,438.24)

ตารางที่ 5.10 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	10,511,600.00	10,434,560.00	13,999,136.00	13,904,908.80	13,801,438.24
บวก ค่าเสื่อมราคา	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	566,500.00	453,200.00	339,900.00	226,600.00	113,300.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	2,627,900.00	2,608,640.00	3,499,784.00	3,476,227.20	3,450,359.56
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
<b>เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<b>13,996,000.00</b>	<b>13,786,400.00</b>	<b>18,128,820.00</b>	<b>17,897,736.00</b>	<b>17,655,097.80</b>
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	- 1,000,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียน และ ค่าที่ปรึกษา	-150,000.00	-	-	-	-
ค่าศึกษาคูงาน	-300,000.00	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>	<b>- 1,450,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	5,150,000.00	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	- 1,030,000.00	- 1,030,000.00	- 1,030,000.00	- 1,030,000.00	- 1,030,000.00
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 566,500.00	- 453,200.00	- 339,900.00	- 226,600.00	- 113,300.00
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา</b>	<b>3,553,500.00</b>	<b>- 1,483,200.00</b>	<b>- 1,369,900.00</b>	<b>- 1,256,600.00</b>	<b>- 1,143,300.00</b>
<b>เงินสดสุทธิ</b>	<b>16,099,500.00</b>	<b>12,303,200.00</b>	<b>16,758,920.00</b>	<b>16,641,136.00</b>	<b>16,511,797.80</b>
บวก เงินสดต้นงวด	-	16,099,500.00	28,402,700.00	45,161,620.00	61,802,756.00
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>16,099,500.00</b>	<b>28,402,700.00</b>	<b>45,161,620.00</b>	<b>61,802,756.00</b>	<b>78,314,553.80</b>

จากงบแสดงกระแสเงินสด พบว่า ในช่วงเวลา 5ปี ในการประกอบธุรกิจ เงินสดปลายงวดเพิ่มขึ้นทุกปี คือปีที่1 เพิ่มขึ้นเป็น 16,099,500 บาท ปีที่2 เพิ่มขึ้นเป็น 28,402,700 บาท ปีที่เพิ่มขึ้นเป็น 45,802,756 บาท ปีที่4 เพิ่มขึ้นเป็น 61,802,756 บาท และปีที่5 เพิ่มขึ้นเป็น 78,314,553.80 บาท

ตารางที่ 5.11 : แสดงงบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	16,099,500	28,402,700	45,161,620	61,802,756	78,314,554
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	16,099,500	28,402,700	45,161,620	61,802,756	78,314,554
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	800,000	600,000	400,000	200,000	-
ค่าคงค้างสุทธิ	360,000	270,000	180,000	90,000	-
รวมสินทรัพย์	17,259,500	29,272,700	45,741,620	62,092,756	78,314,554
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	2,627,900	2,608,640	3,499,784	3,476,227	3,450,360
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียน	2,627,900	2,608,640	3,499,784	3,476,227	3,450,360
เงินกู้สุทธิ	4,120,000	3,090,000	2,060,000	1,030,000	-
รวมหนี้สิน	6,747,900	5,698,640	5,559,784	4,506,227	3,450,360
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-
กำไรสะสม	10,511,600	20,946,160	34,945,296	48,850,205	62,651,643
ส่วนของผู้ถือหุ้น	10,511,600	20,946,160	34,945,296	48,850,205	62,651,643
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	17,259,500	26,644,800	40,505,080	53,356,432	66,102,003

การงบแสดงฐานะการเงิน พบว่างบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ 5 ปี ของกิจการ พบว่ามูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น ทุกปี ในปีที่ 1 17,259,500 บาทหลังจากนั้นเพิ่มสูงขึ้นในปีที่ 2 เป็นจำนวน 26,644,800 และเป็นจำนวน 40,505,080 บาท ในปีที่ 3 ในปีที่ 4 เป็นจำนวน 53,356,432 และจำนวน 66,102,003 บาทในปีที่ 5

ตารางที่ 5.12 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ

กระแสเงินสดโครงการ	
ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน
	- 5,150,000.00
1	กระแสเงินสดรับ
	16,099,500.00
2	กระแสเงินสดรับ
	12,303,200.00
3	กระแสเงินสดรับ
	16,758,920.00
4	กระแสเงินสดรับ
	16,641,136.00
5	กระแสเงินสดรับ*
	17,086,797.80
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด 20%	
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ
	฿46,550,627.97
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย
	- 5,150,000.00
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
	฿41,400,627.97
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)
	299%
	ระยะเวลาคืนทุน (ปี)
	0.320

จากข้อมูล พบว่าอัตราส่วนลดที่ใช้ประเมินโครงการ 20% โดยอัตราขั้นต่ำของธนาคารอยู่ที่ 11% ส่วนอีก 9% คืออัตราความเสี่ยงที่เจ้าของธุรกิจรับรู้ เพื่อให้เห็นถึงค่าเสียโอกาส ดังนั้นการตัดสินใจถ้าลงทุนโครงการไปแล้วนั้น แสดงว่าโครงการนั้นประโยชน์มากกว่าเงินที่ลงทุนไป

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ โดยใช้อัตราคิดลด 20% มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ = 46,550,627.97 บาท ค่าวมมูลค่าปัจจุบันสุทธิ = 41,400,627.97 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการ IRR จากปีที่ 0-5 = 299%

ตารางที่ 5.13 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>การวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	6.13	10.89	12.90	17.78	22.70
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	6.13	10.89	12.90	17.78	22.70
<b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>					
อัตรากำไรสุทธิ (รอบ)	87.50	116.67	275.63	551.25	
อัตรากำไรของสินทรัพย์รวม (รอบ)	4.06	2.39	2.41	1.78	1.41
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>					
อัตราหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.64	0.27	0.16	0.09	0.06
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	24.19	29.78	52.48	77.70	153.27
<b>การวัดความสามารถในการบริหาร</b>					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.61	0.36	0.31	0.22	0.18
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	1.00	0.50	0.40	0.28	0.22
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	30	30	23.6395	23.6395	23.6395
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	19.58	19.28	16.18	15.97	15.75
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	15.02	14.91	12.70	12.61	12.52
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿41,400,627.97				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	299%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	0.320				

IRR: เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่าโครงการดังกล่าวเหมาะสมจะลงทุนหรือไม่โดยเทียบกับ % ขั้นตอนที่เรายากได้รับคือ ต้นทุนทั้งหมดที่เราลงทุนไป ถ้าหาก  $IRR > %$  ขั้นต่ำที่เราอยากได้รับ เรา จะลงทุนซึ่งในธุรกิจนี้ IRR สูงเนื่องจาก Margin ในการดำเนินงานค่อนข้างสูง กำไรดี จึงทำให้ IRR สูง

เหมาะแก่การลงทุน จะเห็นว่า IRR ของโครงการนี้ที่ได้ = 299 % นั้นหมายถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับของโครงการ ที่ค่อนข้างสูงใช้ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 0.320 ปี





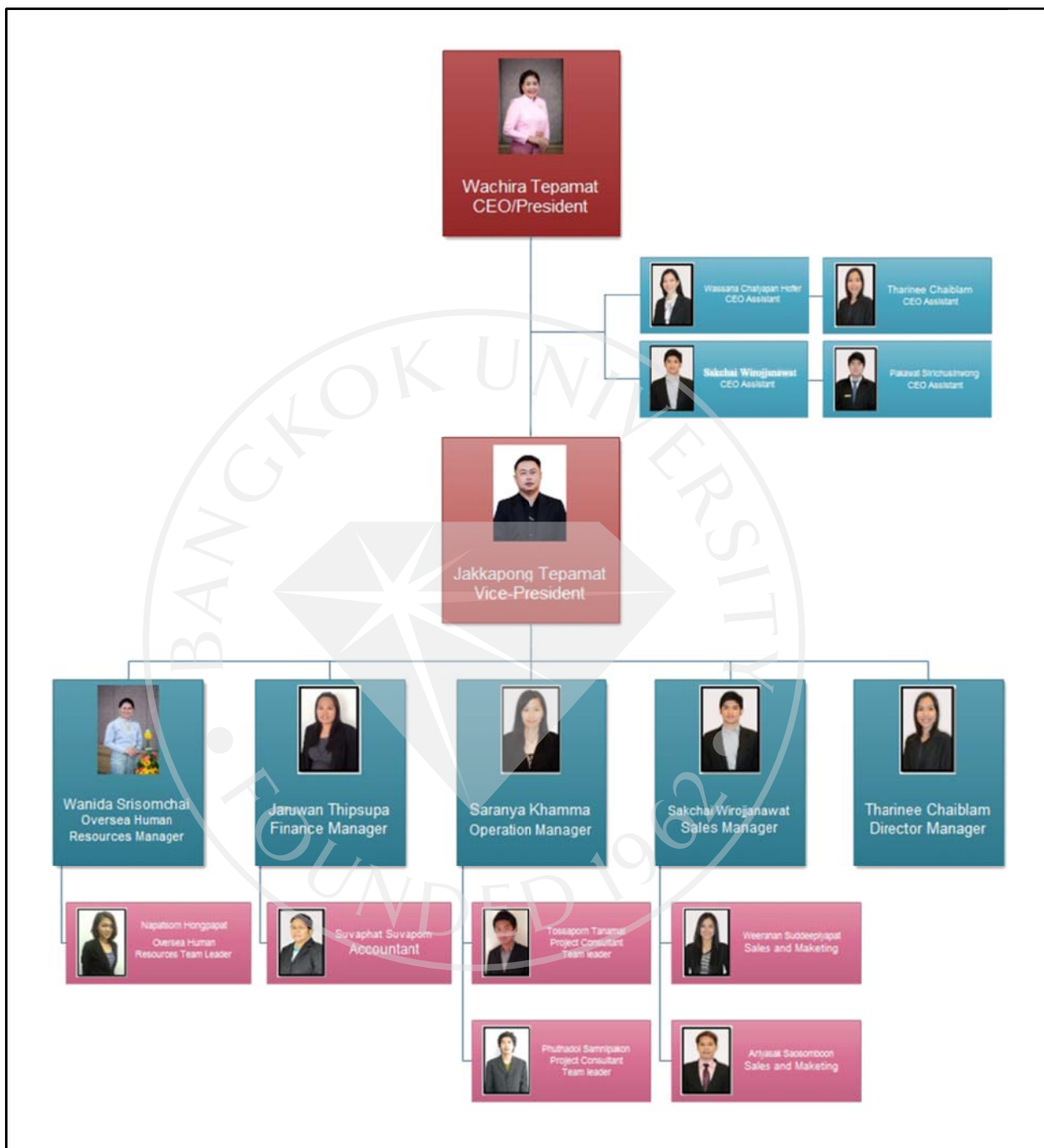
### บรรณานุกรม

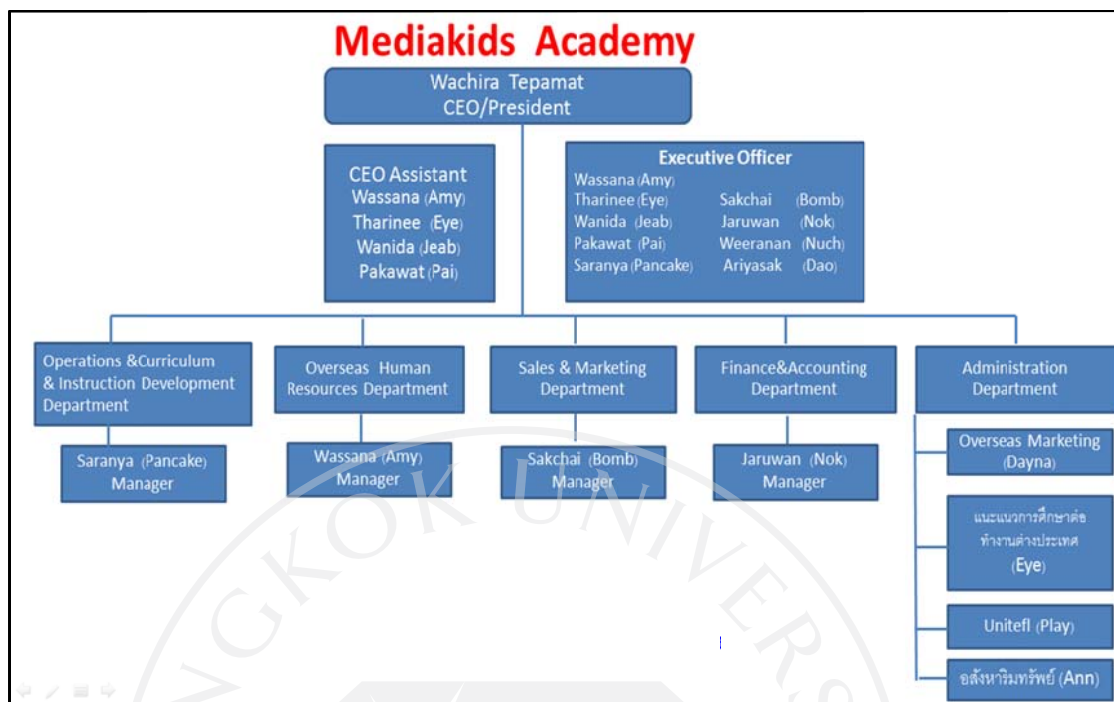
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ, ปรียากร วงศ์อนุตรโรจน์, ชาริณี เดชจินดา, ประกายดาว ดำรงพันธ์, พัทธ์กษ ทรุษิม และสุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). *แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ*. สืบค้นจาก <http://www.research.doae.go.th/textbook>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. USA: Welearn.





การจัดโครงสร้างองค์กร -แผนผังองค์กร สถาบันมีเดียคิดส์





รายละเอียดจำนวนพนักงานของแต่ละแผนก มีทั้งหมด 5 แผนก

- |                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 1. ฝ่ายอำนวยการ               | 15 คน |
| 2. ฝ่ายบัญชีการเงิน           | 7 คน  |
| 3. ฝ่ายบุคคล (Human Resource) | 11 คน |
| 4. ฝ่ายขาย (Sales)            | 4 คน  |
| 5. ฝ่ายปฏิบัติการ (Operation) |       |
| - Project Consultant          | 19 คน |
| - Curriculum Consultant       | 11 คน |
| จำนวนรวมทั้งสิ้น              | 67 คน |



ภาพกิจกรรมการอบรมครู ที่มา: Facebook Mediakids academy

สถาบันมีเดียคิดส์ เป็นสถาบันที่ให้บริการดูแลหลักสูตรภาษาอังกฤษให้กับโรงเรียนรัฐบาล และเอกชนกว่า 70 โรงเรียนทั่วประเทศ ซึ่งการบริหารงานของเราแบ่งออกเป็น 5 แผนกดังต่อไปนี้

1. Human Resources and Overseas Recruitment (HR) – แผนกสรรหาบุคลากรต่างประเทศ สถาบัน MediaKids มีตำแหน่งครูชาวต่างชาติกว่า 300 ตำแหน่งในแต่ละปีการศึกษา แผนก HR จึงมีหน้าที่สำคัญในการสรรหาและคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเพียงพอที่จะมาเป็นครูสอนภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนไทย HR เปรียบเสมือนด่านแรกของชาวต่างชาติในขั้นตอนต่างๆของการสมัคร ก่อนจะส่งต่อไปกับแผนก Operations แต่ทั้งนี้ HR ก็ยังคงอยู่กับครูฝรั่งตลอดระยะเวลาสัญญา เพื่อคอยดูแลเรื่องสัญญา และเป็นที่ปรึกษา ชี้แนะหากมีปัญหาในเรื่องต่างๆ



ภาพการอบรมครู



## 2. Operation Department – แผนกปฏิบัติการ แบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายดังนี้



ภาพกิจกรรมอบรมครู แผนก Consultant กับ Curriculum และครูชาวต่างชาติ

2.1 Project Consultant – ฝ่ายที่ปรึกษาครูชาวต่างชาติหน้าที่หลักของ Project Consultant มีด้วยกัน 2 หน้าที่คือ ดูแลเรื่องวิชา เวิร์คเพอมีท และที่พักอาศัยของครู ซึ่ง Project Consultant จะออกพื้นที่ไปพบกับครูชาวต่างชาติเดือนละ 1 ครั้งเพื่อเดินเอกสารต่างๆ รวมถึงดูแลช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาในทุกๆเรื่อง



ภาพฝ่ายConsultant กับ Curriculum ประสานงานติดตามประเมินผลครูที่โรงเรียน

2.2 Curriculum Consultant – ฝ่ายหลักสูตรฝ่ายหลักสูตรจะลงพื้นที่กับ Project Consultant เพื่อดูการสอนของครูชาวต่างชาติทุกคนในทุกเดือน และให้คำปรึกษาในด้านการสอนกับครูทุกคน เนื่องจากการเป็นครูไม่ใช่เรื่องง่าย อีกทั้งนักเรียนไทยเองไม่ได้มีความสามารถ

ด้านภาษาอังกฤษมากนัก จึงอาจทำให้การสอนของครูบ้างท่านเกิดปัญหาขึ้นได้ Curriculum Consultant จึงมีส่วนสำคัญในการให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะแนวทางให้กับพวกเขา

3. Accounting Department – แผนกบัญชี คืออีกหนึ่งแผนกที่เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนให้องค์กรเดินหน้าด้วยการซัพพอร์ตในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องเงิน ซึ่งจะต้องวางแผนการเงิน ตรวจสอบเช็คการเบิกจ่ายของพนักงานทุกคนอย่างละเอียดรอบคอบ

4. Sales and Marketing Department – แผนกการขายและการตลาด อีกหนึ่งความสำคัญของ MediaKids คือแผนกการขายและการตลาด หน้าที่หลักของแผนกนี้คือการขายงานให้กับโรงเรียนต่างๆทั่วประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารและครูไทย

5. Director Department – แผนกผู้อำนวยการ มีหน้าคอยซัพพอร์ตฝ่ายบริหาร

### 1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

1. รับสมัครงาน ตามตำแหน่งงานว่างที่บริษัทประกาศรับสมัครงาน (เว็บไซต์-ป้ายติดประกาศ) ตามเงื่อนไขตำแหน่งงาน วุฒิการศึกษา คุณสมบัติของผู้สมัคร และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่ระบุไว้

2. ตรวจสอบหลักฐานการสมัครงาน จะต้องตรวจการกรอกข้อความในใบสมัครงานให้ครบถ้วนและถูกต้อง

3. สัมภาษณ์ เป็นการคัดเลือกผู้สมัครที่สอบผ่านเข้ามาสัมภาษณ์ เพื่อคัดเลือกทดสอบผู้สมัครที่มีคุณสมบัติ และคุณภาพของบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่รับสมัคร โดยมีการสอบสัมภาษณ์ 2 ส่วน ฝ่ายบุคคลและหัวหน้าฝ่ายที่รับบุคลากรนั้นๆ เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้สมัครที่เพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้ที่มีประสิทธิภาพ

และมีความเหมาะสมมากที่สุดเข้าเป็นพนักงานตามตำแหน่งงานที่รับสมัคร

4. ตรวจสอบบุคคลที่อ้างอิงและประวัติผู้สมัครงาน เป็นการตรวจสอบความ น่าเชื่อถือของผู้สมัครในทางประวัติ

ส่วนตัว การศึกษา การทำงาน และความประพฤติจากบุคคลที่อ้างอิง ซึ่งเป็นผู้รู้จักผู้สมัครงาน และให้คำรับรอง ผลการตรวจสอบจะสามารถคัดเลือกบุคลากรได้อย่างเหมาะสม

5. โทแรงแจ้งผลการคัดเลือกที่ผู้สอบสัมภาษณ์ได้รับการรับได้เป็นพนักงานของบริษัท

### 1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ทางสถาบันมีเดียคิดส์มีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานแบ่งเพื่อเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่แบ่งแยกตามหัวข้อในส่วนงานนั้น เพื่อดูผลรวมคะแนนว่าอยู่ในระดับไหนโดยแบบประเมินแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. แบบประเมินพนักงานแผนกทั่วไป
2. แบบประเมินพนักงานแผนกฝ่าย HR

3. แบบประเมินพนักงานแผนก ฝ่าย Consultant

4. แบบประเมินพนักงานแผนก ฝ่ายหลักสูตร

การหลักเกณฑ์การประเมิน

1. ด้านความรู้ความสามารถในการทำงาน
2. ด้านความรู้ทักษะด้านภาษาอังกฤษ
3. ด้านอื่นๆ

### 1.5 วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร

เมื่อทางสถาบันมีเจตคติที่ต้องดูแลทรัพยากรบุคคลขององค์กร สิ่งหนึ่งที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอก็คือการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานเก่าและพนักงานใหม่ หากปล่อยให้พนักงานไม่มีความสุข ไม่รู้สึกสนุกกับการทำงาน จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน ทำให้ผลการทำงานตกต่ำ พนักงานมีอัตราการเปลี่ยนหรือเปลี่ยนงานสูงขึ้น ดังนั้นฝ่ายที่รับผิดชอบคือ HR -ที่รับพนักงานคนไทยเป็นพนักงาน และ HR-ฝ่ายต่างประเทศที่รับครูไทย จึงต้องทำงานหนักเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจและทุ่มเทให้กับการทำงาน รวมถึงพยายามหาวิธีการลดอัตราการเปลี่ยนงานของพนักงานไปพร้อม ๆ ดังนั้นจึงมีข้อปฏิบัติของสถาบันเพื่อที่คุณจะสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของธุรกิจ รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน แล้วนำมารวบรวมเข้าเป็นนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานหาทางแก้ไขและปรับปรุง
2. ให้รางวัลแก่คนที่ทำงานหนัก การให้รางวัลคือ การให้โบนัส การปรับตำแหน่ง การปรับเงินเดือน การจ่ายค่าคอม และการให้รางวัลไปเที่ยวต่างประเทศของแต่ละแผนกที่ทางสถาบันมอบให้
3. สร้างที่ทำงานให้มีบรรยากาศแบบครอบครัว จัดกิจกรรมทำให้พนักงานหรือวันพิเศษ ทำอาหารเลี้ยงพนักงานกลางวันร่วมกัน ปาร์ตี้เล็ก ๆ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันในบรรยากาศแบบเป็นกันเองเป็นประจำ

การสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานจะทำให้พนักงานทุ่มเทกับงานและสามารถลดอัตราการลาออกหรือการเปลี่ยนงานใหม่ของพนักงานได้ เพราะจะทำให้พนักงานอยากอยู่กับองค์กรไม่ไปไหน

### 1.6 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

#### 1. สวัสดิการ

- ประกันอุบัติเหตุแบบกลุ่มของบริษัททวงกิจประกันภัย
- ชุดยูนิฟอร์ม เสื้อโปโล 2 ตัว/ปี เข็ม 1 ตัว/ปี
- การปรับเงินเดือนประจำปี ตามผลงานของพนักงานและผลประกอบการของสถาบัน
- โบนัสประจำปี ตามผลงานของพนักงานและผลประกอบการของสถาบันฯ
- เพิ่มวันหยุดประจำปี และ อายุงานเกิน 1 ปีขึ้นไปจะได้รับสิทธิลาพักร้อน 10 วัน



- จัดทริปเที่ยวประจำปี 1 ครั้ง

## 1.7 การจ้างบุคลากร (รายเดือน)

### 1.1 เงื่อนไขการว่าจ้าง

- บริษัทฯ จะว่าจ้างพนักงานตามประเภทและความเหมาะสมของงาน และเป็นไปตามอัตราค่าจ้างคนที่ได้กำหนดไว้เท่านั้น การเพิ่มหรือลดอัตราค่าจ้างคนให้เป็นไปตามที่ได้รับอนุมัติโดยกรรมการผู้มี อำนาจหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมาย

### 1.2 ประเภทพนักงาน

- พนักงานรายเดือน หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเข้าทำงานโดยได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือน อันรวมถึงค่าจ้างในวันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดตามประเพณี วันหยุดพักผ่อนประจำปี วันลาป่วยตามที่กฎหมายกำหนด

- พนักงานที่มีสัญญาจ้างตามกำหนดระยะเวลา คือ พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างไว้ไม่เป็นการประจำเพื่อทำงานอันมีลักษณะเป็นการ ครึ่งคราว เป็นไปตามฤดูกาล หรือเป็นงานตามโครงการซึ่งงานนั้นจะต้องแล้วเสร็จภายในเวลาไม่เกิน 1-2 ปี และตกลงทำสัญญาจ้างเป็นหนังสือ โดยกำหนดวันเริ่มต้นและวันสิ้นสุดของการจ้างไว้ในสัญญาจ้างเป็นที่แน่นอน

### 1.3 คุณสมบัติของผู้สมัคร

- อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์
- มีวุฒิ วิทยฐานะตามที่แจ้งไว้กับสถาบันฯ และมีความสามารถทำงานที่แจ้งไว้กับสถาบันฯ
- มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่ทุพพลภาพจนไม่สามารถปฏิบัติงานได้หรือไร้ความสามารถหรือจิตฟั่นเฟือน ไม่สมประกอบ หรือเป็นโรคติดต่อร้ายแรงจนเป็นที่รังเกียจ และไม่พึงปรารถนาต่อสังคม

- ไม่เป็นผู้บกพร่องในศีลธรรม มีหนี้สินล้นพ้นตัว หรือเป็นบุคคลล้มละลาย

- ไม่เป็นผู้เคยได้รับโทษจำคุก เว้นแต่ความผิดลหุโทษ หรือโดยประมาท และไม่เป็นผู้เคยถูกลบหนึ่คดีอาญา หรือหลบหนีคดีอาญา หรือหลบหนีคดีอาญา

### 1.4 หลักฐานในการสมัครงาน

การสมัครงานจะสมบูรณ์และถูกต้องเมื่อผู้สมัครนำหลักฐานต่างๆ มอบให้สถาบันฯ ดังนี้

- รูปถ่ายขนาด 1 นิ้วหรือ 2 นิ้ว หน้าตรงไม่สวมหมวก แวนกันแดด จำนวน 2 รูป (ถ่ายไว้ไม่เกิน 6 เดือน)
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- สำเนาหลักฐานแสดงวุฒิการศึกษา พร้อมแสดงต้นฉบับ
- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน พร้อมแสดงต้นฉบับ
- สำเนาใบอนุญาตขับขี่ยานพาหนะ (ถ้าจำเป็นตามตำแหน่งที่สมัคร)

- หนังสือรับรองของบริษัทที่ทำงานครั้งสุดท้าย (ถ้ามี)
- สำเนาใบสำคัญแสดงการสมรส 1 ฉบับ (ถ้ามี)
- สำเนาบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร (ถ้ามี)
- สำเนาบัตรประกันสังคม (ถ้ามี)
- สำเนาหนังสือเดินทาง และใบอนุญาตทำงาน(กรณีเป็นชาวต่างชาติ)

#### 1.5 การทดลองงาน

- บริษัทกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องทดลองงาน เป็นเวลาไม่เกิน 119 วันนับแต่วันเริ่มงาน

#### 1.6 การบรรจุ

การพิจารณาบรรจุพนักงานทดลองงานเป็นพนักงาน เมื่อผ่านการทดลองงานครบ กำหนดเวลาตามที่กำหนด และผลการปฏิบัติงานผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีความประพฤติดี มาทำงานสม่ำเสมอ ทำงานร่วมกับพนักงานอื่นได้ดี มีสุขภาพที่ไม่มีผลกระทบต่อการทำงานในระยะยาว โดยจะแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

หากว่าผลการปฏิบัติงานไม่ผ่าน อาจต้องขยายระยะเวลาทดลองงานออกไป หรือความประพฤติด้านใด ด้านหนึ่ง หรือคุณสมบัติต้องได้รับการปรับปรุง ระยะเวลาจะไม่เกินกว่า 60 วัน

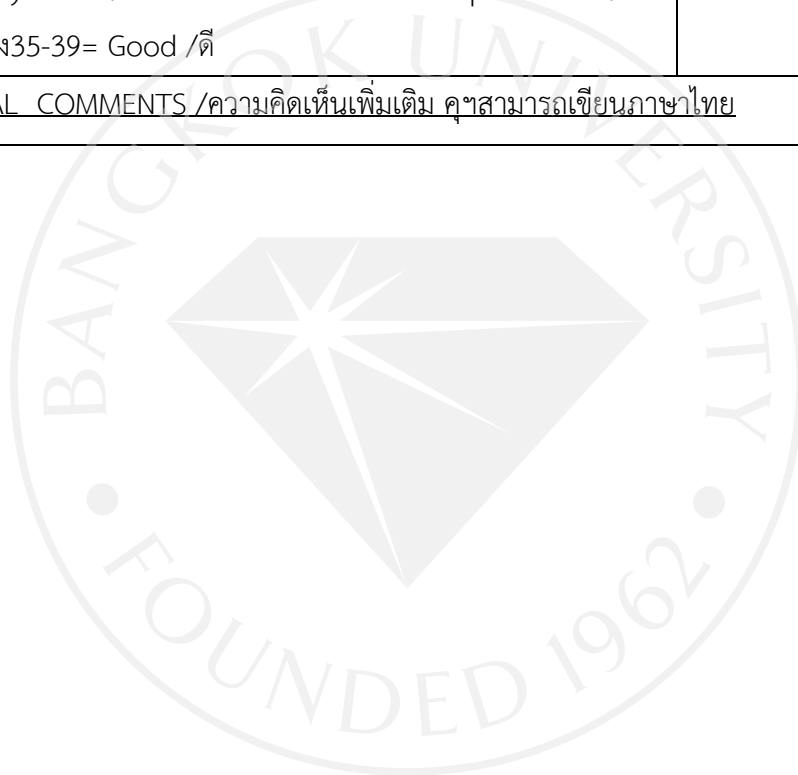
#### 1.7 การย้ายสถานที่และการสับเปลี่ยนหน้าที่

สถาบันฯ สงวนซึ่งสิทธิในกรณีจำเป็นหรือเพื่อความเหมาะสม ในการโยกย้ายหรือสับเปลี่ยนหน้าที่พนักงานให้ไปทำงานในสถานที่อื่น หรือหน้าที่อื่นใดเป็นการชั่วคราวหรือถาวร แต่ทั้งนี้บริษัทจะแจ้งให้พนักงานทราบก่อนดำเนินการ

#### แบบประเมินครูชาวต่างชาติ

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการเรียนการสอนโรงเรียนที่ยังไม่ได้เป็นลูกค้า แต่ต้องการจัดจ้างครูสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติทางสถาบันจะจัดส่งโครงการโปรแกรมการสอนต่างๆให้โรงเรียนแต่ละจังหวัดที่มีจำนวนนักเรียน ตั้งแต่800 ขึ้นไป เพื่อสามารถให้โรงเรียนดูรายละเอียดโครงการ และโทรมาสอบถามได้

40-50= Outstanding/ดีที่สุด	30-34 = Fair/พอใช้		
40-44= Very Good / ดีมาก	<29=Needs Improvement/		
ควรปรับปรุง35-39= Good /ดี			
ADDITONAL COMMENTS /ความคิดเห็นเพิ่มเติม คุณสามารถเขียนภาษาไทย			
40-50= Outstanding/ดีที่สุด	30-34 = Fair/พอใช้		
40-44= Very Good / ดีมาก	<29=Needs Improvement/		
ควรปรับปรุง35-39= Good /ดี			
ADDITONAL COMMENTS /ความคิดเห็นเพิ่มเติม คุณสามารถเขียนภาษาไทย			



TOPIC/หัวข้อ	CRITERIA/เนื้อหา	Rating ระดับคะแนน					Remarks ข้อคิดเห็น
		5	4	3	2	1	
1.การใช้ ภาษาใน ชั้นเรียน	1.My teacher speaks clearly /ครูพูดชัดเจน						57
	2.My teacher speaks slowly / ครูพูดช้าเข้าใจง่าย						
	3.My teacher uses vocabulary I understand / ครูใช้คำศัพท์ที่ฉันเข้าใจง่าย						
2. กิจกรรม การเรียน การสอน	1.My teacher chooses interesting and engaging activities./ครูนำเสนอกิจกรรมที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจนักเรียนได้เป็นอย่างดี						
	2.My teacher uses a variety of different activities. E.g. songs, worksheets, games, pictures ,group work, pair work, independent work./ ครูนำกิจกรรมที่มีความหลากหลายมาใช้ในการสอน เช่นเพลง แบบฝึกหัด เกมส์ รูปภาพ บัตรคำ กิจกรรมกลุ่ม กิจกรรมคู่ กิจกรรมเดี่ยว						
	3.My teacher explains and models instructions clearly./ครูอธิบายพร้อมทั้งยกตัวอย่างบทเรียนได้อย่างละเอียดและชัดเจน						
	4. My teacher answers students' questions clearly./ครูตอบคำถามนักเรียนได้อย่างชัดเจน						
3. การ ประพฤติ ปฏิบัติ ต่อนักเรียน	1. My teacher is fair and treats all students equally./ครูมีความยุติธรรมและดูแลนักเรียนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน						
	2.My teacher uses praise regularly and encourages all students./ครูยกย่องชื่นชมและส่งเสริมให้กำลังใจนักเรียนทุกคนเป็นอย่างดี						
	3.My teacher respects Thai culture in the classroom.						
40-50= Outstanding/ดีที่สุด      30-34 = Fair/พอใช้ 40-44= Very Good / ดีมาก      <29=Needs Improvement/ ควรปรับปรุง35-39= Good /ดี							
ADDITIONAL COMMENTS /ความคิดเห็นเพิ่มเติม คุณสามารถเขียนภาษาไทย							

ตัวอย่าง:โครงการ : English for Communication Development (ECD)

โครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ Native English speaker MediaKids Academy



ที่ MK2.038/2559

สถาบันภาษามิเดียคิตส์ 40/471 ม.พฤษภาภิ ฌ.เลียบคลองสาม  
ต.คลองสาม อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี  
โทรศัพท์ 02-834-0905

26 กรกฎาคม 2560

เรื่อง ขอเสนอโครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ

เรียน ผู้อำนวยการสถานศึกษา

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. เอกสารโครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ จำนวน 1 ชุด  
2. หนังสือตอบรับโครงการ จำนวน 1 ชุด

สถาบันภาษามิเดียคิตส์ ได้จัดโครงการพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ เพื่อเน้นการสื่อสารภาษาอังกฤษแบบสากล ดังนั้นทางสถาบันฯ จึงใคร่ขอเสนอโครงการนี้มายังสถานศึกษาของท่าน หากท่านมีความประสงค์จะเข้าร่วมโครงการดังกล่าวใน ภาคเรียนที่ 1/2560 กรุณาส่งหนังสือตอบรับมาตามที่อยู่สำนักงานหรือแฟกซ์มายังหมายเลข 02-834-0905 ภายในวันที่

28 กุมภาพันธ์ 2560 ทางสถาบันฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการนี้จะยังประโยชน์สูงสุดให้กับสถานศึกษาของท่าน และใคร่ขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

( นางสาวชริรา เทพามาตย์ )

ผู้อำนวยการสถาบันภาษามิเดียคิตส์

## โครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ

### English for Communication Development

#### หลักการและเหตุผล

“ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลของโลกที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นประเทศไทยจึงกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่นักเรียนทุกคนต้องเรียนเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพและติดต่อสื่อสารกับต่างชาติได้ ”

จากประสบการณ์ปัจจุบัน สถาบันภาษามีเดียคิดส์ บริหารโครงการภาษาอังกฤษให้กับสถานศึกษาต่างๆมากกว่า 80 แห่งทั่วประเทศ และ ดูแลครูชาวต่างชาติ 260 คน อย่างมืออาชีพ เราจึงมีความมั่นใจในการบริหารโครงการคุณภาพให้กับสถานศึกษาของท่าน ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมของเยาวชนให้มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้เยาวชนมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้
2. เพื่อสร้างความกล้าและแรงบันดาลใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในระดับ

สากล

#### ระยะเวลาโครงการ ปีการศึกษา 2560 – 2561

- ภาคเรียนที่ 2/2560 เริ่ม วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561
- ภาคเรียนที่ 1/2560 เริ่ม วันที่ 16 พฤษภาคม 2561 ถึง วันที่ 16 กันยายน 2561

#### เนื้อหาหลักสูตร




- ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 - 6 / ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 / ระดับอาชีวศึกษา (ระดับชั้นอนุบาลใช้หลักสูตรของโรงเรียน)

#### กิจกรรมพิเศษเพิ่มจากโครงการฯ

1. อาจารย์ชาวต่างชาติเจ้าของภาษาประจำที่สถานศึกษา
2. โครงการเข้าค่ายภาษาอังกฤษ 1 วัน จำนวน 150 คน ให้กับสถานศึกษา (สงวนสิทธิ์เฉพาะสถานศึกษาที่มีอาจารย์ชาวต่างชาติประจำตั้งแต่ 2 ท่านขึ้นไปและสัญญาโครงการ 1 ปีขึ้นไป)
3. โครงการ Greetings Project หน้าประตูโรงเรียน
4. โครงการภาษาอังกฤษหน้าเสาธงตอนเช้า
5. โครงการอบรมบุคลากรเพื่อทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษทุกสัปดาห์โดยอาจารย์ชาวต่างชาติเจ้าของภาษา




### คุณสมบัติครูชาวต่างชาติ

-  ผ่านการรับรองผ่านพ้นจากสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา
-  ครูต่างชาติเจ้าของภาษา
-  จบปริญญาตรี และหรือ ผ่านการอบรมครูใบประกาศนียบัตรการสอน TEFL

Certificate

อายุระหว่าง 21-55 ปี

-  ผ่านการอบรมจากสถาบันภาษามีเดียคิดส์ การวางแผนการสอนให้สอดคล้องกับสถานศึกษา , การทำงานในระบบสถานศึกษา ,วัฒนธรรมไทย และการแต่งกายและมารยาท

มารยาท

**หลักเกณฑ์การเสนอราคา :** เรียนภาษาอังกฤษ 1 คาบ/สัปดาห์

(ราคาขึ้นอยู่กับจำนวนนักเรียนประมาณ 300-500 บาท/คน/ภาคเรียน)

เงื่อนไขและกำหนดการชำระเงิน

ภาคเรียนที่ 2/2560	ภาคเรียนที่ 1/2561
งวดที่ 1 วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 จำนวนร้อยละ 40	งวดที่ 1 วันที่ 16 พฤษภาคม 2561 จำนวนร้อยละ 40
งวดที่ 2 วันที่ 1 ธันวาคม 2560 จำนวนร้อยละ 20	งวดที่ 2 วันที่ 16 มิถุนายน 2561 จำนวนร้อยละ 20
งวดที่ 3 วันที่ 1 มกราคม 2561 จำนวนร้อยละ 20	งวดที่ 3 วันที่ 16 กรกฎาคม 2561 จำนวนร้อยละ 20
งวดที่ 4 วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2561 จำนวนร้อยละ 20	งวดที่ 4 วันที่ 16 สิงหาคม 2561 จำนวนร้อยละ 20

### English for Communication Development

หนังสือตอบรับโครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ

วันที่.....

เนื่องด้วย (ชื่อสถานศึกษา).....

ตั้งอยู่เลขที่.....มีความ

ประสงค์เข้าร่วมโครงการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยอาจารย์ชาวต่างชาติสำหรับเยาวชนในระดับ

ชั้น.....ปีการศึกษา.....จำนวนครูชาวต่างชาติ.....ท่าน



รายการ	จำนวนห้อง	จำนวนนักเรียน / คน
<b>ระดับชั้นเรียน</b> 1. ระดับชั้น ป.1/ ม.1/ ปวช. 1 2. ระดับชั้น ป.2/ ม.2/ ปวช. 2 3. ระดับชั้น ป.3/ ม.3/ ปวช. 3 4. ระดับชั้น ป.4 / ม.4 / ปวส. 1 5. ระดับชั้น ป.5 / ม.5 / ปวส. 2 6. ระดับชั้น ป.6 / ม.6		
<b>รวม</b>	.....ห้อง	.....คน
<b>2. ผู้ประสานงานโครงการ</b> ชื่อ.....	โทรศัพท์.....	โทรศัพท์มือถือ.....
<b>3. ผู้ประสานงานการชำระเงิน</b> ชื่อ.....	โทรศัพท์.....	โทรศัพท์มือถือ.....
<b>4. ผู้ดูแล ให้คำแนะนำอาจารย์ ชาวต่างชาติ</b> ชื่อ.....	โทรศัพท์.....	โทรศัพท์มือถือ.....
<b>5. อื่นๆ (ถ้ามี)</b> ชื่อ.....	โทรศัพท์.....	โทรศัพท์มือถือ.....

ลงชื่อ.....

ตำแหน่ง.....

**ผลงาน**

- ปีการศึกษา 2559 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 80 โรงเรียน 32 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 260 ท่าน
- ปีการศึกษา 2558 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 76 โรงเรียน 30 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 230 ท่าน
- ปีการศึกษา 2557 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 62 โรงเรียน 27 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 191 ท่าน
- ปีการศึกษา 2556 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 69 โรงเรียน 25 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 193 ท่าน
- ปีการศึกษา 2555 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 48 โรงเรียน 19 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 149 ท่าน
- ปีการศึกษา 2554 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 40 โรงเรียน 15 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 120 ท่าน
- ปีการศึกษา 2553 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 32 โรงเรียน 12 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 99 ท่าน
- ปีการศึกษา 2552 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 66 โรงเรียน 17 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 146 ท่าน
- ปีการศึกษา 2551 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 43 โรงเรียน 17 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 125 ท่าน
- ปีการศึกษา 2550 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 41 โรงเรียน 18 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 130 ท่าน
- ปีการศึกษา 2549 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 โรงเรียน 17 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 86 ท่าน
- ปีการศึกษา 2548 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 27 โรงเรียน 15 จังหวัด  
อาจารย์ชาวต่างชาติจำนวน 62 ท่าน

## แบบสอบถามสัมภาษณ์

### ส่วนที่1 – ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อ.....

เพศ.....อายุ.....ปี

ระดับการศึกษา.....อาชีพ/ตำแหน่ง

.....

โรงเรียน.....ระดับ  อนุบาล  ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

### ส่วนที่2 – ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ

2.1 ประสบการณ์ในการทำโครงการสอนภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติในโรงเรียนท่านเป็นอย่างไรบ้าง

.....  
.....

2.2 โครงการที่โรงเรียนท่านทำอยู่เป็นแบบไหน มีรูปแบบอย่างไรบ้าง

.....  
.....

### ส่วนที่3 – มีความต้องการคุณภาพโครงการ อย่งไรบ้าง

3.1 คุณสมบัติของครูชาวต่างชาติ

.....  
.....

3.2 มาตรฐานของหลักสูตร รูปแบบ/ประเภทของโครงการ

.....  
.....

3.3 กิจกรรมเสริมหลักสูตร

.....  
.....

3.4 การแก้ไขปัญหาในกรณีครูชาวต่างชาติขาดสอน หรือครุหนีระหว่างสัญญา

.....  
.....

3.5 อื่นๆ

.....

.....

#### ส่วนที่4 – เหตุผลในการตัดสินใจ

4.1 ด้านราคา

.....

.....

4.2 ด้านคุณภาพ คุณประโยชน์

.....

.....

4.3 ด้านชื่อเสียง และผลงานเป็นที่ยอมรับ

.....

.....

4.5 อื่นๆ

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง.....

วันที่...../...../...../

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววชิรา เทพามาตย์
อีเมล	mediakids_md@yahoo.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี
ประวัติการทำงาน (พ.ศ.2540 – พ.ศ.2541)	บริษัท เดบาร์เคอร์คอปอเรชั่น จำกัด ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชี สำนักงาน อบต.มะขามหลวง อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่
(พ.ศ.2542-2544)	ตำแหน่ง หัวหน้าส่วนการคลัง
(พ.ศ.2545 – ปัจจุบัน)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 5 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 34/272

ชื่อย [REDACTED] ถนน เลียบคลองสาม ตำบล/แขวง คลองสาม

อำเภอ/เขต คลองหลวง จังหวัด ชลบุรี รหัสไปรษณีย์ 12120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7๖๑๐๑๐6

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจร้านน้ำดื่มคีตส์

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

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

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร