



แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก  
“A. Little Chef”

โดย

นางสาวศศิณัฐ เตชะปรัชญาสกุล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

“A. Little Chef”

โดย

นางสาวศศิณัฐ์ เตชะปรัชญาสกุล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

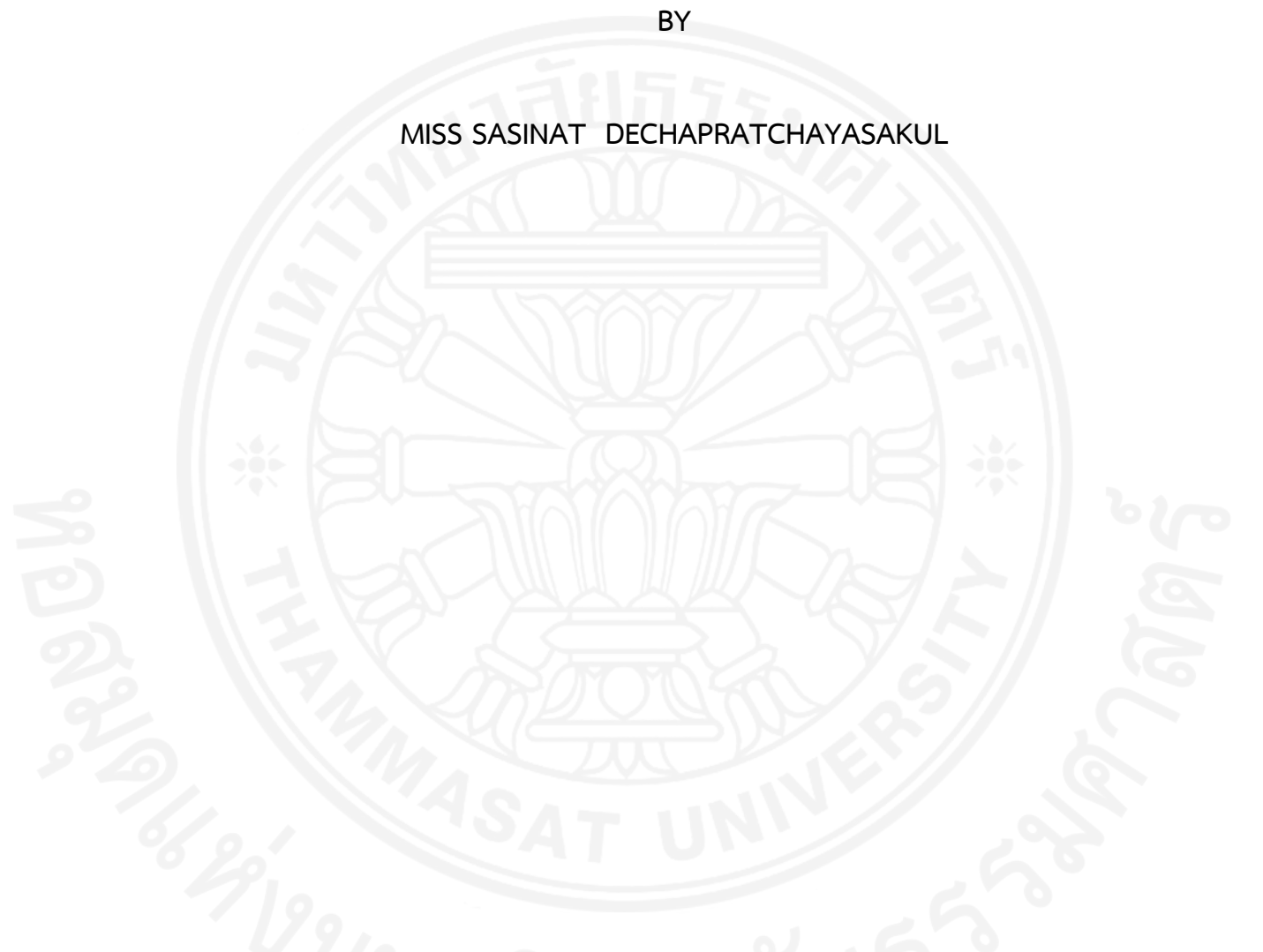
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



A. LITTLE CHEF, COOKING SCHOOL FOR KIDS

BY

MISS SASINAT DECHAPRATCHAYASAKUL

The image features a large, faint watermark of the Thammasat University logo in the background. The logo is circular and contains a central emblem with a crown and a lotus flower, surrounded by Thai script and the words 'THAMMASAT UNIVERSITY'.

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2015

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวศศิณัฐ์ เดชะปรัชญาสกุล

เรื่อง

แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก "A.Little Chef"

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 26 MAY 2016

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. พัตน์ธนะ บุญชู)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ กิตติ สิริพลภ)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศศิณัฐ์ เดชะปรัชญาสกุล
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ กิตติ สิริพัลลภ
ปีการศึกษา	2558

### บทสรุปผู้บริหาร

ในสังคมปัจจุบันคนส่วนใหญ่เริ่มแต่งงานช้าหรือไม่แต่งงาน และนิยมมีลูกน้อยหรือไม่มีลูกเลย ทำให้อัตราการเกิดใหม่ของเด็กลดลง ส่งผลให้พ่อแม่ หรือผู้ปกครองไม่ได้แต่งงานหรือไม่มีลูกนั้น ค่อนข้างที่จะมีเวลาคอยดูแลเอาใจใส่ ใกล้ชิด และทุ่มเททั้ง แรงกาย แรงใจ รวมถึงกำลังทรัพย์ที่จะชวนหาหาสิ่งที่ดีที่สุดในกับลูกและหลานอันเป็นที่รัก ดังนั้นคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า การศึกษาก็เป็นหนึ่งในปัจจัยหลายๆ ด้านที่เด็กสมควรได้รับการส่งเสริมเพื่อเสริมสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถให้ทันต่อยุคสมัย ทันเหตุการณ์ จึงเป็นเหตุให้การแข่งขันกันทางการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ ภาษา และความสามารถพิเศษของเด็กยุคใหม่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการศึกษาและวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ ในปัจจุบัน พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องการศึกษาและการพัฒนาการทางด้านทักษะต่างๆ ของเด็ก และมีโรงเรียนเสริมทักษะเกิดขึ้นมากมายที่มาตอบสนองและส่งเสริมการพัฒนาการของเด็กๆ ในด้านต่างๆ เช่น การเรียนปั้นดิน เพื่อส่งเสริมการพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การเรียนวาดรูประบายสี เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนลีลาศ ยิมนาสติก ยูโด เทควันโด มวยไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เด็กๆ ได้ออกกำลังกาย ยืดกล้ามเนื้อและเป็นความรู้ความสามารถติดตัวยังมีการเรียนเซวี่ปัญญา เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาสมองในด้านเซวี่ปัญญา เช่นความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ด้านการใช้ภาษา ความคิดเชิงตรรกะ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาด้านความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย ดังนั้นผู้จัดทำจึงเห็นโอกาสในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กขึ้น เพราะเชื่อว่า การสอนทำอาหารให้กับเด็กๆ เป็นการส่งเสริมทักษะในหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกัน และอาหารก็เป็นหนึ่งในปัจจัยห้าของการดำรงชีพ ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้จริง เพื่อให้มีจุดเด่นและสร้างความแตกต่าง จึงจัดให้มีการเพิ่มทักษะด้านวิชาการ และด้านภาษา สอดแทรกไปในหลักสูตรการเรียนทำอาหารด้วย อีกทั้งยังจัดให้มีหลักสูตรสานสัมพันธ์ เปิดโอกาสให้คุณพ่อ คุณแม่ และผู้ปกครองสามารถเข้าไปเรียน และร่วมกิจกรรมกับลูกหลานได้อีกด้วย

จากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า ในปี 2556 ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 16,698 ล้านบาท และจะเติบโตร้อยละ 15.43 ไปสู่มูลค่าตลาดประมาณ 19,275 ในปี 2557 โดยส่วนใหญ่เป็นมูลค่าของธุรกิจประเภทสถาบันกวดวิชาและสถาบันสอนภาษาต่างชาติ ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 87 ของมูลค่าตลาดธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะโดยรวม ในขณะที่อีกประมาณร้อยละ 13 นั้น เป็นมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะอื่นๆ ซึ่งครอบคลุมถึงสถาบันจินตคณิต สถาบันพัฒนาศักยภาพเด็ก สถาบันสอนดนตรี คอมพิวเตอร์ และศิลปะ

โรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก “A. Little Chef” เป็นโรงเรียนที่มุ่งเน้นการพัฒนาการของเด็ก ในด้านระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การใช้กล้ามเนื้อมือมัดเล็ก การใช้สมองซีกซ้ายและซีกขวา พร้อมทั้งเสริมความรู้ทางวิชาการควบคู่กับภาษาอังกฤษและภาษาจีน และยังมีการส่งเสริมเรื่องคุณค่าทางโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็ก บุคลากรที่ให้บริการจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และผ่านการอบรมที่ได้รับมาตรฐาน รวมถึงครูผู้สอนจะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารจากสถาบันที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งผู้ที่ทำการเขียนหลักสูตรต่างๆ ของทางโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กแห่งนี้ เป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพด้านนักโภชนาการเพื่อที่จะเป็นผู้ที่รู้จัก รู้จริง และสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการ โดยตั้งอยู่บนสถานที่ใจกลางเมือง “จัตุรัสจามจุรี” ใช้พื้นที่ประมาณ 200 ตารางเมตร เพื่อความสะดวกในการเดินทาง เปิดให้บริการ ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 10.30-20.30 น. และ วันเสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30-19.30 น. และการบริการของทางโรงเรียนประกอบด้วย โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก มุมคาเฟ่ ห้องครัวให้เช่า จำหน่ายวัตถุดิบออร์แกนิกและเครื่องครัวสำหรับเด็ก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้ปกครองที่ใช้ชีวิตและทำงานอยู่ในสังคมเมือง มีอายุระหว่าง 26-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 30,000-90,000 บาท

การกำหนดกลยุทธ์ของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) โดยการใช้หลักโภชนาการการกำหนดอาหารมาเป็นผู้เขียนหลักสูตรเพื่อการส่งเสริมให้นักเรียนมีโภชนาการที่ดี รู้จักคุณค่าของอาหาร พร้อมทั้งมีการใช้วัตถุดิบออร์แกนิกในการประกอบอาหาร และมุ่งเน้นการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างพรีเมียมประดุจว่าเป็นลูกของครูผู้สอนเอง นอกจากนี้จะเน้นคุณภาพสินค้าและบริการแบบ Functional Benefit แล้ว ยังมุ่งเน้นความแตกต่างทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional Differentiation) ต่อแบรนด์ของโรงเรียน โดยมีกำหนดเป้าหมายระยะสั้น (1ปี) ในการทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก เร่งสร้างการรับรู้และตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Perceive & Brand Awareness) ซึ่งจะส่งผลต่อเป้าหมายระยะยาว (2-5ปี) เพื่อที่เพิ่มยอดขาย สร้างความน่าเชื่อถือ เป็นผู้นำด้านโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กอันดับ 1 ของประเทศ และมีการขยายสาขาในปีที่ 6

กลยุทธ์ทางการตลาด เน้นการตระหนักรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) สร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Perceive Brand) และการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของสินค้าให้แก่กลุ่มเป้าหมาย (Product Education) ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) โดยการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Communication), การสื่อสารเชิงกิจกรรม (Event Marketing), สื่อโฆษณา (Advertising) และกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

กลยุทธ์การดำเนินงาน เป็นการกำหนดแผนการดำเนินงานตั้งแต่การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง การออกแบบผังโรงเรียนให้เหมาะสมและการออกแบบตกแต่งภายในเพื่อดึงดูดนักเรียน รวมทั้งการมุ่งเน้นเรื่องของกระบวนการจัดการภายในโรงเรียน ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการผ่านระบบ POS บนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ที่สามารถควบคุมกระบวนการภายในโรงเรียนได้ทั้งหมดตั้งแต่กระบวนการวางแผนการรับนักเรียน กระบวนการจำหน่ายและกระบวนการบริการ เช่น ระบบจัดการคิวรอ ระบบการสั่งอาหาร ระบบบริหารสินค้าคงคลัง ระบบบัญชี และอื่นๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและตรวจสอบได้ง่าย

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล นับว่าเป็นกำลังสำคัญในการประกอบธุรกิจโรงเรียน เพราะต้องอาศัยบุคลากรเป็นหลักในการทำงาน ดังนั้นจำเป็นต้องมีการสรรหา คัดเลือก อบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์ทางการเงิน เป็นการลงทุนในลักษณะของเจ้าของเพียงคนเดียว โดยมีเงินลงทุนเริ่มต้น 3,034,700.00 บาท และการประมาณการความเป็นไปได้ในระยะเวลา 6 ปี ของการดำเนินกิจการ พบว่า มูลค่าปัจจุบันของการลงทุนในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ในกรณีที่ไม่นับรวมมูลค่าสุดท้ายของกิจการ (Terminal Value) เท่ากับ 4,486,515.77 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับร้อยละ 55.78 ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนที่อยู่ในระดับสูง และระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) ของกิจการ 4.41 ปี

ดังนั้น จากการวิเคราะห์และวางกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทำให้เล็งเห็นความเป็นไปได้ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ว่าเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน โดยสามารถสร้างผลตอบแทนในเกณฑ์ดีและประสบผลสำเร็จได้จริง รวมทั้งเป็นแนวทางในการต่อยอดทางธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กได้ในอนาคต

**คำสำคัญ :** โรงเรียนสอนทำอาหาร, โรงเรียนเสริมทักษะเด็ก, การพัฒนาการเด็ก, กิจกรรมของเด็ก

Independent Study Title	A. LITTLE CHEF, COOKING SCHOOL FOR KIDS
Author	Miss Sasinat Dechaprachayasakul
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Kittiripullop
Academic Year	2015

### EXECUTIVE SUMMARY

A. Little Chef, a cooking school for kids, Our slogan “Learning by Cooking” is aim to encourage and stimulate kids to learn and discover multiple intelligences in child development, such as Personal skills, Cooking skills, Social, Creativity, Languages both of English and Mandarin, Math & Science, Interpersonal and Health. School location on Chamchuri Square is planned. A 200 square meter surface will include room for nutritionist, teacher, café’ and kitchen for rent. The primary target group will be Business owner and Managers from 26 to 40 years old, earning more than 90,000 baht monthly.

Using a differentiation strategy about products, services and good taking care of Kids. Price-quality pricing and high-value will be emphasized. Product and service are most important, as well as staff friendliness and enthusiasm.

Operations strategy will address school management issue. Technology, include point of sale (POS) or retail management, will be computerized controlling processes from production plans to cooking class and food service. Human Resource Management will be used to recruit, select, train, and develop personnel.

As financial strategy, a single owner will make an initial investment of about 3,034,700.00 baht. Forecasts suggested that the net present value (NPV) of investment, excluding terminal value, would be 4,486,515.77 baht, with a satisfactory return on investment (IRR) of 55.78 percent. Payback period would be 4.41 years. Results indicated that the project would achieve its goals. It appeared to be an attractive investment in terms of return, with a relatively quick payback period.

**Keywords:** Skilling school for kids, Cooking school for kids, Improve skills, Activity for kids



## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากการถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ ของคณาจารย์โครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน และความรู้ดังกล่าวจะไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากขาดความเมตตากรุณาของรองศาสตราจารย์ กิตติ สิริพัลลภ ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่ดีในเรื่องแนวทางในการทำแผนธุรกิจ การเลือกใช้กลยุทธ์ในแต่ละด้าน ตลอดจนชี้แนะวิธีการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ รวมถึงขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู ที่สละเวลาอันมีค่ามาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำในจุดบกพร่องต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อให้แผนธุรกิจฉบับนี้สมบูรณ์และมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาทำการวิเคราะห์และวางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานในด้านต่างๆ จนแผนธุรกิจสำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และบุคคลรอบข้างที่คอยให้กำลังใจ พร้อมสนับสนุนและประคับประคองมาโดยตลอด ทั้งในยามท้อแท้ หมดกำลังใจ และเหนื่อยล้า จนทำให้แผนธุรกิจนี้สำเร็จขึ้นได้

และหากแผนธุรกิจนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับและยินดีรับฟังข้อคิดเห็นและคำชี้แนะทุกประการ เพื่อนำไปปรับปรุงและแก้ไขให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นในอนาคต

นางสาวศศิณัฐ์ เดชะปรัชญาสกุล

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(13)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.2 Business Model	2
1.2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	2
1.2.1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)	2
1.2.1.2 ผลิตภัณฑ์เสริม (Complementary Product)	3
1.2.2 The Business Model Canvas	3
1.2.2.1 Value Proposition	3
1.2.2.2 Key Activities	3
1.2.2.3 Key Resources	4
1.2.2.4 Key Partners	5
1.2.2.5 Channels	5
1.2.2.6 Customer Segments	5
1.2.2.7 Customer Relationships	6
1.2.2.8 Cost Structure	6
1.2.2.9 Revenue Stream	6
1.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	7

	(7)
1.4 ขอบเขตของแผนธุรกิจ	7
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	9
2.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม	9
2.2 แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร	11
2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	13
2.3.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors)	13
2.3.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)	14
2.3.3 สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Factors)	15
2.3.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Factors)	15
2.4 การประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม	16
2.4.1 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)	16
2.4.2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)	17
2.4.3 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors)	17
2.4.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	18
2.4.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)	18
2.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง	20
2.5.1 คู่แข่งขันทางตรง	20
2.5.1.1 CookCool Creative Cooking School	20
2.5.1.2 Play Chef	22
2.5.1.3 A little something	25
2.5.2 คู่แข่งขันทางอ้อม	31
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	32
3.1 การประเมินจุดอ่อนจุดแข็งของธุรกิจ	32
3.1.1 จุดแข็งของธุรกิจ (Strength)	32
3.1.2 จุดอ่อนของธุรกิจ	33
3.2 การประเมินโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ	33

3.2.1	โอกาสของธุรกิจ	33
3.2.2	อุปสรรคของธุรกิจ	33
3.3	โครงสร้างองค์กรและหน้าที่ความรับผิดชอบ	34
3.3.1	คณะผู้บริหาร	34
3.3.2	ผู้จัดการสาขา	34
3.3.3	ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า	35
3.3.4	บุคลากรทางการสอนและหลักสูตร	35
3.3.5	ฝ่ายการขายและการตลาด	35
3.3.6	ฝ่ายสนับสนุน	36
3.4	วิสัยทัศน์ (Vision)	36
3.5	พันธกิจ (Mission)	37
3.6	เป้าหมาย (Goals)	37
3.6.1	เป้าหมายระยะสั้น (Objectives)	37
3.6.2	เป้าหมายระยะยาว (Goals)	38
3.7	แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ	38
3.7.1	กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)	38
3.7.2	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)	38
3.7.3	กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)	39
3.8	การจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ Tows Matrix	40
บทที่ 4 การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด		45
4.1	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	45
4.2	ขอบเขตการศึกษา	45
4.3	วิธีการศึกษา	45
4.4	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
4.5	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	46
4.6	การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา	47
4.6.1	พฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียน เสริมทักษะต่างๆ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ฯลฯ	47
4.6.2	ทัศนคติและความต้องการของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก	49

	(9)
4.6.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะ ของกลุ่มเป้าหมาย	52
4.6.4 สรุปประเด็นสำคัญของผลการวิจัย	52
บทที่ 5 แผนการตลาด	55
5.1 การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)	55
5.2 การเลือกตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	56
5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	57
5.4 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)	59
5.4.1 เป้าหมายระยะสั้น (Objectives)	59
5.4.2 เป้าหมายระยะยาว (Goals)	59
5.5 Brand	60
5.5.1 Brand Attributes	60
5.5.2 Brand Benefit	61
5.5.3 Brand Value	62
5.5.4 Brand Personality	63
5.5.5 ตรายี่ห้อ (Brand Name)	63
5.5.6 ตราผลิตภัณฑ์ (Logo)	63
5.5.7 Slogan	64
5.6 การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	64
5.6.1 สินค้าและบริการ (Product and Service)	64
5.6.2 ราคา (Price)	66
5.6.3 สถานที่ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ และการตกแต่งของโรงเรียน (Place)	68
5.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	69
5.6.5 บุคลากร (People)	70
5.6.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)	70
5.6.7 กระบวนการ (Process)	70

บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	73
6.1 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน (Operation Strategy)	73
6.1.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนในการเปิดโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก	73
6.1.1.1 ทำการเขียนหลักสูตรและส่งหลักสูตรไปยังกระทรวงศึกษาธิการ	73
6.1.1.2 ขั้นตอนการขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ	73
6.1.2 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนในการเปิดร้านอาหารและห้องครัวให้เช่า	85
6.1.2.1 การจัดตั้งธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคล	85
(1) การจองชื่อนิติบุคคล	85
(2) การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิเพื่อยื่นต่อนายทะเบียน	85
(3) จัดให้มีการจองชื้อหุ้นทั้งหมดและนัดหมายการประชุม	85
(4) การประชุมเพื่อจัดตั้งบริษัท	86
(5) ส่วนของคณะกรรมการที่ถูกเลือกจะมาเป็นผู้ดำเนินการต่อจากผู้ริเริ่มก่อตั้งทันที	86
(6) การชำระค่าธรรมเนียม	86
6.1.2.2 การขออนุญาตตั้งและดำเนินการ	87
6.1.2.3 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม	88
6.2 ขั้นตอนการจัดซื้อ	89
6.3 ขั้นตอนในการให้บริการหลัก (Cycle of Service)	89
6.3.1 การต้อนรับเมื่อผู้ปกครองและนักเรียนเข้ามาที่โรงเรียน	89
6.3.2 การให้ข้อมูลสำหรับผู้ปกครองและนักเรียนใหม่	89
6.3.3 การชำระเงิน	90
6.3.4 การบริการสมัครสมาชิก	90
6.4 การวางแผนของสถานประกอบการ	90
6.5 การบริหารสินค้าคงคลัง	91
บทที่ 7 กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	93
7.1 การคัดเลือกและว่าจ้าง	93
7.2 การฝึกอบรมบุคลากร	97
7.3 การประเมินผลการปฏิบัติงาน	98

	(11)
7.4 การบริหารค่าตอบแทน (Compensation Management)	99
บทที่ 8 แผนการเงิน	102
8.1 วัตถุประสงค์ของการวางแผนทางการเงิน	102
8.2 เป้าหมายด้านการเงิน	102
8.3 นโยบายด้านการเงินและการบัญชี	103
8.4 แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน	104
8.4.1 แหล่งที่มาของเงินทุน	104
8.4.2 แหล่งใช้ไปของเงินทุน	104
8.5 สมมติฐานการประมาณทางการเงิน	106
8.5.1 สมมติฐานในการดำเนินแผนการเงิน	106
8.5.1.1 การประมาณการรายได้	107
8.5.1.2 การประมาณการค่าใช้จ่าย	108
8.5.2 ประมาณการงบการเงิน ในระยะเวลา 5 ปี	110
8.6 การวิเคราะห์งบการเงิน	117
8.6.1 งบกำไรขาดทุน	117
8.6.2 งบแสดงฐานะทางการเงิน	117
8.6.3 งบกระแสเงินสด	117
8.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	118
8.7.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	118
8.7.2 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	118
8.7.3 อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	118
8.8 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitive Analysis)	119
8.8.1 ต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold)	119
8.8.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและส่งเสริมการตลาด (Selling, General & Administrative Expense; SG&A)	119
8.8.3 ยอดขาย (Sale)	119
8.9 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)	120
8.9.1 กรณีสถานการณ์ปกติ (Base Case)	120
8.9.2 กรณีสถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)	120

	(12)
8.9.3 กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	126
บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) และแผนในอนาคต (Future Plan)	134
9.1 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)	134
9.1.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	134
9.1.2 ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย	134
9.1.3 จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว	135
9.1.4 ราคาของสินค้าต้นทุนที่เพิ่มขึ้น	135
9.1.5 สินค้าหมด หรือมีสินค้าไม่พอจำหน่าย	135
9.1.6 การลาออกของบุคลากร	136
9.1.7 การขาดสภาพคล่องทางการเงิน	136
9.1.8 เจ้าของสัญญายกเลิกสัญญาเช่า	136
9.2 แผนในอนาคต (Future Plan)	136
9.2.1 ขยายสาขา	136
9.2.2 ขยายไปสู่ธุรกิจใกล้เคียง	137
รายการอ้างอิง	138
ภาคผนวก	140
ประวัติผู้เขียน	154



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน Cookcool Creative Cooking School	22
2.2	แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน Play Chef	25
2.3	แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน A little something	27
2.4	สรุปการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef”	28
3.1	กลยุทธ์ Tows Matrix	40
5.1	อัตราค่าเรียนทำอาหาร	67
5.2	อัตราค่าบริการห้องครัวให้เช่า	68
5.3	แผนการปฏิบัติการทางการตลาด	71
5.4	สรุปงบประมาณทางการตลาด	72
7.1	แสดงเงินเดือนบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง	96
7.2	แสดงอัตราค่าจ้างครูผู้สอน	96
7.3	แสดงหัวข้อเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน	99
7.4	แสดงค่าแรงทางตรงและค่าแรงทางอ้อม	101
8.1	เงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจ	104
8.2	รายละเอียดอุปกรณ์สำนักงาน	105
8.3	รายละเอียดค่าเช่า	106
8.4	รายละเอียดรายได้หลัก	107
8.5	รายละเอียดรายได้เสริม	108
8.6	รายละเอียดเปอร์เซ็นต์ต้นทุนต่อยอดขาย	108
8.7	รายละเอียดตำแหน่งบุคลากรในโรงเรียน	109
8.8	ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท)	111
8.9	ประมาณงบแสดงสถานะทางการเงิน (บาท)	112
8.10	ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท)	114
8.11	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB)	116
8.12	แสดงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความไวในการเปลี่ยนแปลง	120
8.13	ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)	121

8.14	ประมาณงบแสดงสถานะทางการเงิน (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)	122
8.15	ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)	124
8.16	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)	126
8.17	ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	127
8.18	ประมาณงบแสดงสถานะทางการเงิน (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	128
8.19	ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	130
8.20	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	132
8.21	สรุปการเปรียบเทียบ NPV IRR และระยะเวลาคืนทุนของแต่ละสถานการณ์	133



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แผนภาพแสดงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมการแข่งขันโดยใช้ Porter's Five-Force Diagram	19
2.2	สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน CookCool Creative Cooking School	20
2.3	บรรยากาศการเรียนที่ CookCool Creative Cooking School	21
2.5	สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน Play Chef	22
2.5	บรรยากาศสถานที่ Play Chef	23
2.6	บรรยากาศการเรียนที่ Play Chef	24
2.7	สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน A little something	25
2.8	บรรยากาศสถานที่ A little something	26
2.9	บรรยากาศการเรียนที่ A little something	27
3.1	แสดงโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก "A. Little Chef"	34
5.1	แสดงตำแหน่งทางการตลาดของ A. Little Chef เปรียบเทียบกับคู่แข่ง	58
5.2	Brand DNA	60
5.3	ตราผลิตภัณฑ์	63
5.4	โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก	65
5.5	มุมบริการคาเฟ่	65
5.6	บริการห้องครัวให้เช่า	66
5.7	ที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef "จัตุรัสจามจุรี"	68
6.1	แผนผังขั้นตอนการยื่นและการขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ	84
6.2	ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (ตั้งใหม่)	88
6.3	แผนผังของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef	91

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ

ธุรกิจโรงเรียนสอนพิเศษเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจมากในการศึกษาเพื่อลงทุนทำธุรกิจ เนื่องจากในสังคมปัจจุบันคนส่วนใหญ่เริ่มแต่งงานช้าหรือไม่แต่งงาน และนิยมมีลูกน้อยหรือไม่มีลูกเลย ทำให้อัตราการเกิดใหม่ของเด็กลดลง อีกทั้งจำนวนประชากรผู้สูงวัยมีมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองรวมถึงคุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย และกระทั่งคุณลุง คุณป้า คุณน้า คุณอาที่ไม่ได้แต่งงานหรือไม่มีลูกนั้น ค่อนข้างที่จะมีเวลาคอยดูแลเอาใจใส่ ใกล้ชิด และทุ่มเททั้ง แรงกาย แรงใจ รวมถึงกำลังทรัพย์ที่จะชวนขวายเป็นที่รักให้ลูกและหลานอันเป็นที่รัก ดังนั้นคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า การศึกษาก็เป็นหนึ่งในปัจจัยหลายๆ ด้านที่เด็กสมควรได้รับการส่งเสริมเพื่อเสริมสร้างทักษะความรู้ ความสามารถให้ทันต่อยุคสมัย ทันเหตุการณ์ จึงเป็นเหตุให้การแข่งขันกันทางด้านการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ ภาษา และความสามารถพิเศษของเด็กยุคใหม่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์กสิกรไทยในปี 2556 กล่าวว่า ค่านิยมของผู้คนในสังคมที่ต้องการพัฒนาศักยภาพ ของตนเองและค่านิยมของผู้ปกครองในการปลูกฝังทักษะต่างๆ สำหรับบุตรหลานดัง กล่าว ได้นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการศึกษา เพื่อ เสริมความรู้และทักษะ และส่งผลให้มูลค่าตลาดของธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะ ในประเทศ ไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า ในปี 2556 ธุรกิจ การศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 16,698 ล้านบาท และจะเติบโตร้อยละ 15.43 ไปสู่มูลค่าตลาดประมาณ 19,275 ในปี 2557 โดยส่วนใหญ่เป็นมูลค่าของธุรกิจประเภท สถาบันกวดวิชาและสถาบันสอนภาษาต่าง ชาติ ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 87 ของ มูลค่าตลาดธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะโดยรวม ในขณะที่อีกประมาณร้อยละ 13 นั้น เป็นมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะอื่นๆ ซึ่งครอบคลุมถึงสถาบันจินตคณิต สถาบันพัฒนาศักยภาพเด็ก สถาบันสอนดนตรี คอมพิวเตอร์ และศิลปะ

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า ในปี 2557 ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้ และทักษะในกลุ่มที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 16,438 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 14.68 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 14,334 ล้านบาท ในขณะที่ ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้ และทักษะในกลุ่มที่เป็นแฟรนไชส์ จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 2,837 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 20.00 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 2,364 ล้านบาท

ในปัจจุบันมีโรงเรียนเสริมทักษะเกิดขึ้นมากมายที่มาตอบสนองและส่งเสริมการพัฒนาการของเด็กๆ ในด้านต่างๆ เช่น การเรียนปั้นดิน เพื่อส่งเสริมการพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การเรียนวาดรูประบายสี เพื่อเสริมสร้างจินตนาการและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนลีลาศ ยิมนาสติก ยูโด เทควันโด มวยไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เด็กๆ ได้ออกกำลังกาย ยืดกล้ามเนื้อและ เป็นความรู้ความสามารถติดตัว ยังมีการเรียนเซว้ปัญญา เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาสมองในด้านเซว้ปัญญา เช่นความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ด้านการใช้ภาษา ความคิดเชิงตรรกะ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาด้านความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย

อย่างไรก็ดี การเรียนเสริมทักษะต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นเพียงการเรียนเสริมทักษะเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถหรือทักษะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่การพัฒนาการของเด็กก็มีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมการพัฒนาการในทุกด้านในแต่ละช่วงวัย การพัฒนาการของเด็กที่สำคัญยิ่ง คือการพัฒนาาระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคม การรู้จักปรับตัว และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทางผู้ทำการศึกษาจึงได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจนี้ โดยการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก “A. Little Chef” ขึ้น เพราะเชื่อว่า การสอนทำอาหารให้กับเด็กๆ เป็นการส่งเสริมทักษะในหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกัน และอาหารก็เป็นหนึ่งในปัจจัยห้าของการดำรงชีพ ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้จริง เพื่อให้มีจุดเด่นและสร้างความแตกต่าง จึงจัดให้มีการเพิ่มทักษะด้านวิชาการ และด้านภาษาสอดแทรกไปในหลักสูตรการเรียนทำอาหารด้วย อีกทั้งยังจัดให้มีหลักสูตรสานสัมพันธ์ เปิดโอกาสให้คุณพ่อ คุณแม่ และผู้ปกครองสามารถเข้าไปเรียน และร่วมกิจกรรมกับลูกหลานได้อีกด้วย

## 1.2 Business Model

### 1.2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

จากสถิติการเติบโตของสถาบันกวดวิชาของปี 2556 มีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” จึงเห็นโอกาสในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้ปกครอง โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

#### 1.2.1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)

ผลิตภัณฑ์หลักของโรงเรียน คือการสอนทำอาหารให้แก่เด็กๆ ที่พัฒนาทักษะทั้งห้า ของเด็กน้อย อีกทั้งเป็นการฝึกความคิดสร้างสรรค์ การฝึกใช้กล้ามเนื้อ การฝึกสมาธิ และ

เป็นการส่งเสริมการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสานสัมพันธ์ และให้บริการเช่าห้องครัวเพื่อทำอาหารให้แก่ลูกน้อย

### 1.2.1.2 ผลิตภัณฑ์เสริม (Complementary Product)

ผลิตภัณฑ์เสริมของโรงเรียน ประกอบด้วย 4 ส่วน

- (1) จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องครัว ผ้ากันเปื้อน สำหรับเด็ก
- (2) บริการห้องครัว “A. Little Chef” แบบรายครั้ง
- (3) จำหน่ายวัตถุดิบออร์แกนิก ปลอดภัย เพื่อความปลอดภัยต่อ

สุขภาพ

(4) จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารตามหมู่เลือด อาหารสำหรับเด็ก ที่มีทั้งแบบที่รับประทานในสถาบันฯ และสามารถซื้อกลับไปให้เด็กๆ รับประทานที่ข้างนอกได้ตามสะดวก

## 1.2.2 The Business Model Canvas

### 1.2.2.1 Value Proposition

ผู้ประกอบการที่ส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” จะได้รับคุณค่าอย่างสูงสุดจากผลิตภัณฑ์และบริการของโรงเรียนที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของเด็กในแต่ละช่วงวัย และ ยังช่วยฝึกกล้ามเนื้อมัดเล็ก ใช้สมองทั้งซีกซ้ายและซีกขวาในด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การกล้าคิดกล้าแสดงออกในทางที่ถูกต้องและเหมาะสม พร้อมทั้งคุณค่าทางโภชนาการ อีกทั้งยังส่งเสริมการเรียนรู้ทางวิชาการทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนอีกด้วย

### 1.2.2.2 Key Activities

ทางโรงเรียนฯ คัดสรรคุณครูผู้สอนที่มีใจรักเด็ก ใส่ใจในรายละเอียด ใจเย็น ดูแลอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีประสบการณ์ ความสามารถและชำนาญในการทำอาหารสำหรับเด็ก ในแต่ละช่วงวัย อาหารตามหมู่เลือด อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับเด็ก โดยผ่านการอบรมจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ จึงมั่นใจได้ว่า เด็กๆ ที่มาเรียนที่ โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” ได้รับการเรียนการสอนและการบริการที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัย มีการดูแลเอาใจใส่เด็กด้วยความรักอย่างใกล้ชิด และทั่วถึง ได้รับความรู้ควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินอย่างเต็มอิม และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โดยกระบวนการเรียนการสอนของทางโรงเรียนจะมีดังนี้

1. มุ่งเน้นการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 (ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัส) ของลูกในวัย โดยใช้สีสนของวัตถุดิบมาช่วยในการพัฒนาการของเซลล์สายตา ด้านการมองเห็น การสังเกต การฟังคำสั่ง การทำตามและลอกเลียนแบบ มีการดมกลิ่น ความหอมของ

อาหาร ชิมและลิ้มรสของอาหารเพื่อพัฒนาการด้านการรับรู้รสชาติ พร้อมทั้งเน้นการรับรู้ในเรื่องของประสาทสัมผัส โดยมีการฝึกให้ลงมือปฏิบัติจริง นักเรียนจะได้เรียนรู้อย่างสนุกสนาน เพลิดเพลิน และสามารถนำไปใช้ได้จริง

2. มุ่งเน้นเรื่องการฝึกและพัฒนากล้ามเนื้อมือมัดเล็ก การใช้นิ้วมือ จาก การหยิบจับวัตถุดิบ การฝึกนวดแป้งเพื่อทำเบเกอรี่ การใช้อุปกรณ์ต่างๆ ก็ถือเป็นการพัฒนากล้ามเนื้อให้แข็งแรงอีกด้วย

3. มุ่งเน้นเรื่องการเสริมสร้างจินตนาการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จาก การทำอาหาร ตกแต่งอาหารและขนมให้มีสีสันสวยงาม น่ารับประทาน เป็นการส่งเสริมให้นักเรียนได้ใช้สมองทั้งซีกซ้ายและซีกขวาไปในเวลาเดียวกัน

4. มุ่งเน้นในการส่งเสริมให้นักเรียนกล้าคิดกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม ในการนำเสนอความคิดเห็น ไอเดียใหม่ๆ ในการทำอาหาร พร้อมทั้งมีการให้ประกวดการ ตกแต่งอาหารอย่างสร้างสรรค์ผ่านการนำเสนอผลงานที่นักเรียนได้ทำขึ้นจากการเรียน

5. มุ่งเน้นในด้านการส่งเสริมการรู้จักคุณค่าอาหารทางโภชนาการ โดยการเรียนในแต่ละวันนั้น ครูผู้สอนจะได้สอนถึงประโยชน์ของอาหาร ว่าอาหารที่นักเรียนจะได้ทำในวันนั้นๆ มีวัตถุดิบอะไร มีประโยชน์และมีคุณค่าทางโภชนาการอย่างไร

6. มุ่งเน้นให้มีการส่งเสริมความรู้ทางด้านวิชาการผ่านทางขั้นตอนต่างๆ ในการทำอาหาร เรียนรู้ด้านคณิตศาสตร์ผ่านการ ชั่ง ตวง วัด ปริมาตร ของวัตถุ เรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ผ่านการสังเกตการเปลี่ยนแปลงของสถานะ การละลายของน้ำแข็งกลายเป็นน้ำ เมื่อเนยโดนความร้อนก็จะละลายเปลี่ยนสถานะไป เมื่อนำแป้งผสมไข่เข้าเตาอบ จากของเหลวก็กลายเป็น ของแข็งกลายเป็นเนื้อเค้กที่น่ารับประทาน

7. มุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนจากการประกอบอาหาร ครูผู้สอนจะทำการสอนคำศัพท์ผ่านวัตถุดิบต่างๆ เพื่อให้นักเรียนสามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน

### 1.2.2.3 Key Resources

ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ

(1) ทรัพยากรบุคคล มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย คุณครูผู้สอน ทีมงานผู้ดูแลสถาบันและให้บริการ เจ้าหน้าที่ในแต่ละส่วนงาน พนักงานทำความสะอาด รวมถึงคณะผู้บริหารที่ดูแลและวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

(2) ทรัพยากรทางธรรมชาติมีบทบาทสำคัญต่อกลยุทธ์การในเลือก วัตถุดิบที่จะนำมาประกอบอาหาร เพื่อใช้ในการเรียนการสอน การนำมาประกอบอาหารให้เด็กๆ รับประทาน เพื่อความปลอดภัยและได้คุณค่าทางโภชนาการอย่างเหมาะสม

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ห้องรับรองสำหรับพักผ่อนของคุณพ่อคุณแม่ และผู้ปกครอง ห้องเรียนเป็นห้องกระจกเพื่อความสะดวกในการติดตามการเรียนของลูกน้อย ห้องครัวที่มีไว้บริการให้แก่ผู้ปกครองที่ต้องการทำอาหารให้ลูกน้อยด้วยตนเองระหว่างรอลูกเรียน มีสถานที่จำหน่ายวัตถุดิบออร์แกนิก ฯลฯ

(4) ระบบสนับสนุนการทำงาน เช่น ระบบฐานข้อมูลของลูกค้า เว็บไซต์ของโรงเรียนฯ Social media ต่างๆ ระบบการจองวันและเวลาเรียน สามารถตรวจสอบตารางการเรียน และรายการอาหารประจำสัปดาห์ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

#### 1.2.2.4 Key Partners

สำหรับพันธมิตรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก "A. Little Chef" ได้แก่ พันธมิตรด้านการเรียนการสอน

ทางโรงเรียนฯ จะจัดให้มีนักโภชนาการสำหรับเด็ก จากคณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาประจำทางโรงเรียนเพื่อเขียนหลักสูตร และให้คำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการทางอาหารอย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการ และยังมีโรงเรียนการอาหารนานาชาติสวนดุสิต และจากสถาบันที่มีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับ เป็นผู้สนับสนุนบุคลากรในการประกอบอาหาร เพื่อจะมาช่วยสอนทำอาหารให้แก่เด็กๆ

#### 1.2.2.5 Channels

ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดต่างๆ ได้จากหลายช่องทาง ซึ่งจะมีการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ ดังนี้

(1) ติดต่อสอบถามทางโรงเรียนด้วยตนเอง หรือโทรสอบถามทางโทรศัพท์โดยตรง

(2) Website ของโรงเรียนฯ และ Social media ต่างๆ ได้แก่ Facebook, Instagram, Line ฯลฯ

(3) การออกบูธประชาสัมพันธ์และงาน EVENT ต่างๆ เช่น Baby BEST BUY เป็นต้น

#### 1.2.2.6 Customer Segments

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ปกครองที่มีอายุตั้งแต่ 26-40 ปี เป็นคนที่ชื่นชอบการใช้ชีวิตหรือการทำงานอยู่ในสังคมเมือง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไปเพื่อแสดงถึงความมีศักยภาพที่ดีในการจ่ายค่าเรียน พร้อมทั้งมีความสนใจอยากที่จะให้บุตรหลานพัฒนาศักยภาพในทุกๆ ด้าน ส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ชอบงานศิลปะ ชอบทำอาหาร ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใส่ใจสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ



### 1.2.2.7 Customer Relationships

สร้างความสัมพันธ์กับคุณพ่อ คุณแม่ ผู้ปกครองและเด็กๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยี และใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เพื่อเพิ่มความสามารถให้การให้บริการและสร้างความเข้าใจในความต้องการของผู้ปกครองและเด็กๆ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของผู้ปกครองทั้งในด้านสินค้าและการให้บริการ อาทิ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ว่าผู้ปกครองต้องการให้เด็กๆ ได้ทำอะไรจากการเข้ามาเรียนที่โรงเรียน เพื่อที่จะได้ให้บริการตรงตามความต้องการมากที่สุด รวมถึงให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ ทั้งเรื่องของโภชนาการที่ถูกต้องและเหมาะสมของเด็กแต่ละช่วงวัย อาหารตามหมู่เลือด การพัฒนาการทักษะต่างๆ เพื่อที่จะได้ช่วยเหลือได้อย่างถูกต้องและถูกวิธี

### 1.2.2.8 Cost Structure

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” มีต้นทุนดังนี้

- (1) ค่าเช่าพื้นที่ และการออกแบบตกแต่งโรงเรียน
- (2) ค่าจ้าง เงินเดือนของบุคลากรผู้สอน และทีมงาน
- (3) ค่าคอมมิชชั่นของพนักงานขาย
- (4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- (5) ค่าอุปกรณ์เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน
- (6) ค่าวัตถุดิบในการนำมาประกอบการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง
- (7) ค่าวัตถุดิบ, สินค้าออร์แกนิก เพื่อนำมาจำหน่ายหรือใช้ในการให้บริการ
- (8) ค่าอุปกรณ์เครื่องครัวที่นำมาเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ปกครองที่สนใจซื้อให้ลูกน้อยเป็นส่วนตัว
- (9) ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน
- (10) ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมต่างๆ

### 1.2.2.9 Revenue Stream

โดยคาดการณ์ว่ารายได้ของสถาบัน จะมาจาก 3 ส่วนหลักๆ ของการให้บริการทั้งหมด คอร์สสอนทำอาหารเด็ก ร้อยละ 70 การจำหน่ายสินค้าวัตถุดิบออร์แกนิกและอุปกรณ์ต่างๆ ร้อยละ 20 และการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้ปกครองรวมถึงการให้บริการเช่าห้องครัว ร้อยละ 10

### 1.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในกรุงเทพฯ นับว่ามีจำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วธุรกิจเหล่านี้จะอยู่ในรูปแบบการเรียนการสอนในโรงเรียน มหาวิทยาลัย ในระดับชั้นของผู้ใหญ่ หรือเป็นหลักสูตรตามกระทรวงศึกษาธิการ และมีรูปแบบการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน แต่ชื่อเสียงของสถาบันแตกต่างกัน ธุรกิจประเภทนี้จึงไม่ได้มีความแตกต่างกันมากพอในเรื่องของหลักสูตรการทำอาหารที่จะเป็นตัวเลือกให้ผู้ใช้บริการ จึงอาศัยแค่ ชื่อเสียง ความสะดวก และราคาที่เป็นตัวแบ่งแยกฐานลูกค้ากับทางสถาบันอื่นๆ และที่สำคัญยิ่ง สถาบันที่โด่งดังและมีชื่อเสียงเหล่านั้น ยังไม่มีหลักสูตรของเด็กๆ นอกจากนี้แม้ว่าจะมีสถาบันสอนทำอาหารเด็กที่เกิดขึ้นใหม่ในปริมาณเล็กน้อยเหล่านั้น ก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากพอที่จะทำให้ผู้ปกครองเลือกสถาบันเหล่านั้น การสร้างแบรนด์ของสถาบันหรือโรงเรียนก็ยังไม่มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ ทำให้ลูกค้ายังไม่เกิดความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ก็ยังไม่ได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากนัก จากที่กล่าวมาอาจเป็นไปได้ว่าทางเจ้าของสถาบันไม่มีความรู้เรื่องการบริหารธุรกิจและการตลาดรวมถึงการสร้างแบรนด์ขึ้นเป็นที่รู้จักได้อย่างถูกต้อง

ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กให้มีความแตกต่าง โดยเป็นโรงเรียนแรกที่เน้นเรื่องการพัฒนาการของเด็กและหลักทางโภชนาการในแต่ละช่วงวัย อีกทั้งยังมีการส่งเสริมความรู้ทางวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และด้านภาษาอีกด้วย พร้อมทั้งมีการคัดสรรครูผู้สอนที่รักเด็กและผ่านการอบรมตามมาตรฐานของโรงเรียน สถานที่ตั้งของโรงเรียนจะอยู่ใจกลางเมืองเพื่อสะดวกแก่การเดินทาง ซึ่งสามารถตอบโจทย์การบริการที่หลากหลายและครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าทั้งในแง่ของการบริการและคุณภาพที่ได้รับ เพื่อให้เด็กๆ ที่เข้ามาเรียนกับทางโรงเรียนได้รับความรู้ ความสนุก ความประทับใจ และความพึงพอใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับการเรียนการสอนระดับพรีเมียมอย่างแท้จริง

### 1.4 ขอบเขตของแผนธุรกิจ

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการสอนทำอาหารที่มุ่งเน้นการพัฒนาการของเด็กในแต่ละช่วงวัยและสุขอนามัยพร้อมทั้งคุณค่าอาหารทางโภชนาการ ตั้งอยู่บนสถานที่ใจกลางเมือง “จัตุรัสจามจุรี” โดยใช้พื้นที่ประมาณ 200 ตารางเมตร เพื่อความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้งพื้นที่บริเวณใกล้เคียง ประกอบไปด้วยสถานที่เรียนพิเศษเพื่อเพิ่มทักษะต่างๆ ของเด็กเป็นจำนวนมาก เช่นโรงเรียนสอนปั้นดิน โรงเรียนสอนลีลาศ ยิมนาสติก เทควันโด โรงเรียนสอนร้องเพลง และโรงเรียนสอนภาษาต่างๆ

โดยบุคลากรที่ให้บริการจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และผ่านการอบรมที่ได้รับมาตรฐาน รวมถึงครูผู้สอนจะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารจากสถาบันที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งผู้ที่ทำการเขียนหลักสูตรต่างๆ ของทางโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กแห่งนี้ เป็นผู้ประกอบวิชาชีพด้านนักโภชนาการเพื่อที่จะเป็นผู้ที่รู้จัก รู้จริง และสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการ เปิดให้บริการ ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 10.30-20.30 น. และวันเสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30-19.30 น. โดยมีแผนจะเปิดให้บริการในเดือนตุลาคม 2559

หน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าของกิจการ ได้แก่ การบริหารงานในภาพรวมของธุรกิจ กล่าวคือ ด้านบริหารต้นทุน การเงิน การบัญชี การตลาด การบริหารสินค้าคงคลัง การควบคุมคุณภาพของสินค้า การบริการและการเรียนการสอน การสร้างภาพลักษณ์และวัฒนธรรมขององค์กร การคัดสรรบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาบุคลากรเดิมที่มีอยู่และวางแผนงานในสาขาอาชีพของพนักงาน เพื่อให้มีความเติบโตในอนาคต การทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์และการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันกับคู่แข่ง ตลอดจนการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ของภาวะเศรษฐกิจในช่วงต่างๆ เพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาและดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

โดยทางโรงเรียนจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 4 ฝ่าย เพื่อง่ายต่อการบริหาร การจัดการ ซึ่งประกอบด้วย ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า รวมถึงการเงินและการบัญชี ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเรียนการสอนและพัฒนาหลักสูตร และฝ่ายสนับสนุน โดยในแต่ละฝ่ายจะมีการแบ่งเป็นแผนกย่อยๆ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงความชัดเจนในหน้าที่และความรับผิดชอบ

ด้วยการให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโรงเรียน จึงได้คัดเลือกสถานที่ที่เดินทางได้สะดวก อยู่ใจกลางเมือง และเป็นแหล่งกวดวิชาเพื่อเสริมทักษะต่างๆ ของเด็ก โดยทางโรงเรียนจะมีการตกแต่งโรงเรียนสอนทำอาหาร “A. Little Chef” ให้มีความน่ารัก สดใส ประดูจว่าเป็นบ้านในฝันของเด็กๆ ภายในประกอบด้วยบรรยากาศห้องครัวที่มีตัวการ์ตูนต่างๆ ที่เด็กๆ ชื่นชอบ เพื่อให้เด็กๆ ได้รู้สึกสนุก เพลิดเพลิน ไปด้วยการเรียนการสอน กล้าที่จะแสดงความคิดเห็น นำเสนอไอเดียใหม่ๆ ตลอดระยะเวลาเรียน

ขอบเขตของธุรกิจ จะทำการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ศึกษาข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย ทั้งกลุ่มของคุณพ่อคุณแม่ที่ใส่ใจต่อการพัฒนาการของลูกกรีก และกลุ่มเด็กที่สนใจเรียนรู้ในด้านการพัฒนาทักษะต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด, การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดเป้าหมายระยะสั้น เป้าหมายระยะยาว กำหนดตำแหน่งทางการตลาด การวิเคราะห์คู่แข่งและแข่งขันในตลาด การจัดทำกำลังคน การพัฒนาบุคลากร การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและแข็งแกร่ง การทำการตลาด การสร้างกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ กระบวนการทำงานและควบคุมคุณภาพการเรียนการสอน กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันและให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน การบริหารการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด แผนในอนาคต

## บทที่ 2

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

#### 2.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม

จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปี 2553 พบว่า ธุรกิจการศึกษาเป็นธุรกิจที่น่าสนใจลงทุน แต่ต้อง ศึกษารายละเอียดและภาวะภาพรวมตลาดของแต่ละประเภทธุรกิจการศึกษา เนื่องจากธุรกิจการศึกษาที่เปิดให้บริการในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลาย และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน อีกทั้ง ช่องทางการเลือกลงทุนโดยการซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ก็เป็นอีกทางเลือกที่มีความเหมาะสมแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เนื่องจากมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าเริ่มดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง เพราะบริษัทเจ้าของสิทธิ์หรือบริษัทแม่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว และเป็นที่รู้จักในตลาด ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจึงสามารถลดต้นทุนทางการตลาดลงได้ นอกจากนี้ ยังมี การถ่ายทอดประสบการณ์ ขั้นตอนการทำธุรกิจ รวมถึงการฝึกอบรมพนักงาน และบุคลากรใน หลักสูตรให้อย่างสม่ำเสมอ

สถาบันเสริมทักษะ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

หลักสูตรเสริมทักษะด้านภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และ ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ยังแบ่งออกได้ตามกลุ่มผู้เรียน ทั้งในระดับผู้ใหญ่ และสำหรับเด็ก ซึ่งผู้ ที่สนใจเรียนด้านภาษาจะมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาทักษะทางภาษาของตน เพื่อประโยชน์ในด้านการ ทำงาน และการเรียนในอนาคต โดยที่ผ่านมามีภาพรวมตลาดของธุรกิจกลุ่มนี้มีการขยายตัวสูง และมีการ เปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว แต่จะคงมีการเติบโตอยู่ในส่วน ของธุรกิจที่มีชื่อเสียงเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สถาบันที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเด็กเล็ก ก็ยังคงมีแนวโน้มการ เติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่อง トラบไต่ที่ผู้ปกครองยังคงให้ความสำคัญต่อคุณภาพการศึกษาของบุตร หลาน ประกอบกับการที่สถาบันการเรียนการสอนสำหรับเด็ก ต้องให้ความสำคัญต่อการคัดสรร บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญ จึงยังเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ตลาดในกลุ่มนี้มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงเท่ากับ สถาบันที่เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งอาจเป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่จะพิจารณาเลือก ลงทุนในสถาบันเสริมทักษะ โดยจับกลุ่มลูกค้าในวัยเด็กและเด็กเล็กก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจ

หลักสูตรการเสริมทักษะทางเลือกอื่น เช่น การสอนศิลปะ ดนตรี คอมพิวเตอร์ เต้นรำ ทำอาหาร รวมถึงหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพทางความคิดและความจำ ซึ่งสถาบันเสริมทักษะ ทางเลือกนี้ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวสูง และส่วนใหญ่จะเน้นกลุ่มลูกค้าวัยเด็ก เนื่องจากผู้ปกครองจะให้ความสำคัญและส่งบุตรหลานเข้าเรียนเสริม เพื่อให้เด็กมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีกระบวนการทาง

ความคิดเป็นลำดับขั้นตอน มีสมาธิ มีเหตุมีผล รวมทั้งเป็นการเสริมความสามารถพิเศษให้แก่เด็ก เพื่อใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าภายใต้สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน สถาบันเสริมทักษะน่าจะเป็นหลักสูตรที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ในปี 2553 ทั้งในส่วนของทักษะด้านภาษา และทักษะทางเลือกอื่น ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสถาบันสอนวิชาสามัญและกวดวิชาพื้นฐาน ที่ต้องอาศัยความมีชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอนเป็นสำคัญ เพราะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนของผู้เรียนเป็นหลัก จึงอาจเป็นการยากหากผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจะเลือกลงทุน เพราะตลาดในกลุ่มนี้มีการแข่งขันสูง โดยมีสถาบันที่มีชื่อเสียงครองสัดส่วนในตลาดอยู่แล้ว

ดังนั้น จึงขอแนะนำแนวทางการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจการศึกษาในส่วนของสถาบันเสริมทักษะ เพื่อเป็นข้อมูลในเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ที่สนใจจะเลือกลงทุนในธุรกิจนี้

### **ปัจจัยหนุนที่ทำให้สถาบันเสริมทักษะยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง**

จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสถาบันเสริมทักษะ ที่คาดว่าจะยังคงขยายตัวอยู่ต่อเนื่องตลอดปี 2553 โดยมีปัจจัยที่ช่วยผลักดัน ดังนี้

การศึกษายังคงเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญ ผู้ปกครองส่วนใหญ่จะสนับสนุนให้บุตรหลานมีการเรียนรู้เพิ่มเติม เสริมจากหลักสูตรวิชาสามัญทั่วไป ทั้งการเรียนทางด้านภาษาต่างชาติ การเสริมสร้างทักษะทางเลือกในด้านต่างๆ โดยผลที่ได้จากการเรียนรู้นั้นจะมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนมีประสบการณ์ทางสังคม มีการพัฒนาทางความคิดอย่างมีระบบ มีสมาธิมากขึ้น มีความคิดสร้างสรรค์ เสริมสร้างจินตนาการ และช่วยผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ด้วย

ภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งด้านการเรียนและการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในการสอบเข้าสถาบันที่มีชื่อเสียงต่างๆ ทั้งระดับประถม มัธยม และมหาวิทยาลัย รวมถึงเพื่อการศึกษาต่อต่างประเทศ นอกจากนี้ ถึงแม้ว่าจะอยู่ในวัยทำงานก็ยังคงต้องเผชิญกับการแข่งขันเช่นกัน เนื่องด้วยบริษัทผู้จ้างงานต่างก็ต้องการบุคลากรที่มากด้วยความสามารถ ทั้งทางด้านวิชาการและด้านทักษะประกอบกัน โดยเฉพาะทักษะด้านภาษา จึงส่งผลให้ทุกคนต่างใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมเพื่อสร้างจุดเด่นของตนให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ รวมถึงความจำเป็นที่ต้องใช้ในการทำงาน เช่น การหาข้อมูลต่างๆ และการติดต่อประสานงานกับชาวต่างชาติ เป็นต้น

ภาวะความเครียดในสังคมปัจจุบัน เนื่องจาก ปัจจุบันการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คน มีความกดดันมากขึ้น ทั้งทางด้านการเรียนและชีวิตการทำงาน ดังนั้น หลายคนจึงพยายามหาทางออก โดยหากิจกรรมที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดทำในเวลาว่าง ซึ่งบางคนอาจเลือกใช้บริการจากสถาบันต่างๆ ที่เปิดให้บริการ อาทิ การเรียนศิลปะ ดนตรี เต้นรำ และทำอาหาร เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์กสิกรไทยในปี 2556 กล่าวคือ ค่านิยมของผู้คนในสังคมที่ต้องการพัฒนาศักยภาพ ของตนเองและค่านิยมของผู้ปกครองในการปลูกฝังทักษะต่างๆ

สำหรับบุตรหลานดังกล่าว ได้นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการศึกษา เพื่อ เสริมความรู้และทักษะ และส่งผลให้มูลค่าตลาดของธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะ ในประเทศ ไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า ในปี 2556 ธุรกิจ การศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 16,698 ล้านบาท และจะเติบโตร้อยละ 15.43 ไปสู่มูลค่าตลาดประมาณ 19,275 ในปี 2557 โดยส่วนใหญ่เป็นมูลค่าของธุรกิจประเภท สถาบันกวดวิชาและสถาบันสอนภาษาต่าง ชาติ ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 87 ของ มูลค่าตลาดธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะโดยรวม ในขณะที่อีกประมาณร้อยละ 13 นั้น เป็นมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะอื่นๆ ซึ่งครอบคลุมถึงสถาบันจินตคณิต สถาบันพัฒนาศักยภาพเด็ก สถาบันสอนดนตรี คอมพิวเตอร์ และศิลปะ

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า ในปี 2557 ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้ และทักษะในกลุ่มที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 16,438 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 14.68 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 14,334 ล้านบาท ในขณะที่ ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้ และทักษะในกลุ่มที่เป็นแฟรนไชส์ จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 2,837 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 20.00 จากปี 2556 ที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 2,364 ล้านบาท

## 2.2 แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะและโรงเรียนกวดวิชามีโอกาสเติบโต อย่างสูงในอนาคต เนื่องจากภาวะการแข่งขันด้านการศึกษาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคนเริ่มให้ความสนใจในความรู้ ความสามารถพิเศษ และสายวิชาชีพมากขึ้น ดังนั้น โรงเรียนสอนทำอาหารจึงมี แนวโน้มการเติบโตของตลาดที่สูงขึ้นตามไปด้วย

โดยดูได้จากโรงเรียนในหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการที่อยู่ในกลุ่มเสริมสร้างทักษะ ชีวิต ได้แก่ โรงเรียนเสริมเชาว์ปัญญา เสริมสร้างความคิด และทักษะอื่นๆ มีมากมายและแพร่หลาย ได้แก่

1. สถาบันพัฒนาการเด็กเล็ก KIDO
2. โรงเรียนเสริมทักษะQuality Kids และ Quality Brain Fitness Center เป็น โรงเรียนที่มีการเสริมทักษะที่มุ่งเน้นไปที่การฝึกทักษะสมองและใช้ของเล่นในการฝึกทักษะ เนื่องจาก เป็นของที่เด็กๆ ชอบ และมีความสุขที่ได้ทำสิ่งนั้น
3. Heguru เป็นสถาบันพัฒนาสมองซีกขวาจากประเทศญี่ปุ่น เพราะเชื่อว่าการพัฒนา สมองซีกขวาจะเริ่มต้นจากตั้งแต่อายุในครรภ์จนกระทั่งอายุ 3 ปี สมองซีกขวาจะเรียนรู้และซึมซับจาก

สิ่งที่ได้พบเห็น และเมื่ออายุ 3 ปีขึ้นไป สมอชีกซ้ายจะเริ่มเชื่อมโยงกับสมอชีกขวามากขึ้น ทำให้เกิด การคิดอย่างเป็นระบบ เริ่มถามหาเหตุผล ที่มาและที่ไปมากขึ้น

4. สถาบันพัฒนาศักยภาพการใช้สมองเด็ก ชิจิตะ เป็นสถาบันที่ฝึกให้เด็กมีการเรียนรู้ พัฒนาศักยภาพของเด็ก ทั้งสมองซีกซ้ายซึ่งเป็นด้านเกี่ยวกับการคิดวิเคราะห์เหตุผล และสมองซีกขวา ซึ่งจะเป็นสมองที่มีการเรียนรู้อย่างรวดเร็วและเป็นการฝึกการใช้จินตนาการ

5. Gymboree Play & Music เป็นสถาบันที่ออกแบบให้เด็กมีการพัฒนาการทางด้าน กล้ามเนื้อผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยส่งเสริมให้เด็กมีความคิดสร้างสรรค์และ เสริมสร้างความมั่นใจ

และจากการทำ Netnography พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ได้เน้นที่จะส่งเสริมให้ลูกได้ เรียนรู้และมีพัฒนาการที่ดีตามวัย โดยส่วนมากจะส่งบุตรหลานไปเรียนเสริมทักษะในสถาบันต่างๆ ที่ กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้เด็กๆ ได้เรียนรู้การเสริมทักษะต่างๆ อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังเป็นการสอนให้ เด็กๆ มีทักษะในการเข้าสังคม เตรียมความพร้อมเพื่อเข้าโรงเรียน และสามารถใช้ชีวิตความเป็นอยู่ ร่วมกับผู้อื่นได้ ทั้งนี้มีผู้ปกครองบางส่วนที่ได้มีการหากิจกรรมต่างๆ ให้บุตรหลาน เพื่อส่งเสริมการ พัฒนาการของทักษะต่างๆ เช่นกัน โดยการซื้อสินค้าและพุกันมาให้เด็กๆ ได้ระบายสี เพื่อเสริมสร้าง จินตนาการ การซื้อแปรงโดว์มาให้เด็กๆ ปั้นๆ บั่นๆ เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาการของกล้ามเนื้อมัดเล็ก

และจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่ผู้ปกครองได้ให้ความสำคัญและสนใจในเรื่องการบว นการพัฒนาการของเด็กมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ทางโรงเรียนเห็นโอกาสในการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหาร เด็กขึ้น เนื่องด้วย การเรียนทำอาหารนั้นเป็นเพียงกิจกรรมเดียว ที่เป็นการเรียนที่ช่วยส่งเสริมให้เด็ก ได้มีการเรียนรู้และพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า และพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก ระบบ กระบวนการคิด ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้จินตนาการต่างๆ ในเวลาเดียวกัน พร้อมทั้งยังมีการ เรียนรู้ในด้านวิชาการต่างๆ และทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารร่วมด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กเติบโตขึ้น เนื่องด้วยเด็กไทยในปัจจุบัน มี การแข่งขันด้านการศึกษากันมากขึ้น ทั้งในแง่วิชาการ การเพิ่มทักษะ ความรู้ ความสามารถพิเศษด้าน ต่างๆ การเรียนทำอาหารนั้นก็เป็นหนึ่งใน การเพิ่มทักษะหลายๆ ด้าน ฝึกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อีกทั้ง ยังเป็นการส่งเสริมให้เด็กได้รู้จักเลือกอาหารที่จะบริโภค และรับรู้ถึงประโยชน์ทางอาหารที่เด็กๆ กำลังจะรับประทาน ไม่เลือกรับประทานแค่เพียงสีส้น หน้าตา และรสชาติของอาหารเท่านั้น

สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้จัดทำโครงการ อาหาร ปลอดภัยขึ้น เพื่อรณรงค์ให้เด็กไทยหันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการอ่านฉลากอาหารก่อนเลือกซื้อ ให้รู้จัก การอ่านและใช้ประโยชน์จากฉลากหวาน มัน เค็ม (ฉลาก GDA) ลดการเติมน้ำอืดลม ลดการ รับประทานขนมกรุบกรอบ เพื่อให้เด็กไทยมีสุขภาพดี ลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของครอบครัว และเป็นกำลังที่เข้มแข็งของชาติต่อไป ซึ่งในขณะที่ อย. มีการจัดตั้งโครงการนี้ขึ้น ในปี 2559 ส่งผลให้ ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นการสอนเด็กให้คิด ได้

เรียนรู้จากการเลือกวัตถุดิบ ได้รู้จักคุณค่าของสารอาหารที่แท้จริง อีกทั้งยังมีความสะอาดและปลอดภัย เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของเด็ก การส่งเสริมและปลูกฝังการเรียนรู้ของเด็กควรที่จะเริ่มตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล เพื่อให้เด็กรู้สึกว่าการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภค และเป็นการป้องกันโรคร้ายที่จะเกิดขึ้นกับเด็กในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นโรคขาดสารอาหาร หรือโรคอ้วนตามมา

การขยายตัวมากหรือน้อยในแต่ละกลุ่มนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การใส่ใจในสุขภาพ หรือสภาวะทางเศรษฐกิจ ซึ่งการเปิดประชาคมอาเซียนจะเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยที่จะมุ่งเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาในการเป็นต้นแบบโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กและสำหรับคนทั่วไป เพราะรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทยเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในทั่วทุกมุมโลก จึงสามารถขยายตลาดและเพิ่มอัตราการเติบโตของธุรกิจให้สูงขึ้นได้

## 2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก โดยใช้ PEST Analysis สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

### 2.3.1 สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors)

สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองย่อมส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในทุกประเภทที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงไม่ว่าจะกระทบด้านบวกหรือด้านลบ สำหรับด้านบวกนั้นผู้ประกอบการที่เป็นขึ้นทะเบียนกับกระทรวงศึกษาธิการว่า โรงเรียนกวดวิชาทุกประเภทรวมถึงโรงเรียนสอนทำอาหารด้วย เป็นโรงเรียนเอกชนที่อยู่ในการศึกษานอกระบบ ที่ไม่ได้รับการอุดหนุนเงินจากรัฐ และได้รับการลดหย่อนภาษีหรือการยกเว้นภาษีเงินได้ ตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 พ.ร.บ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และ พ.ร.บ.โรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ที่บัญญัติให้รัฐส่งเสริมการจัดการศึกษาอบรมขององค์การวิชาชีพหรือเอกชน โดยการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับเงินที่ได้รับจากการดำเนินกิจการโรงเรียน แต่หากมีการขายสินค้าอื่นร่วมด้วยนอกเหนือจากการเรียนการสอน ซึ่งธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารนั้นมักจะมีบริการด้านการศึกษาและยังมักมีการจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนควบคู่ไปด้วย ผู้ประกอบการจึงต้องขอจดทะเบียนพาณิชย์จัดตั้งธุรกิจที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

แม้ว่าธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กจะเป็นธุรกิจเพื่อการศึกษา ที่ไม่ใช่ว่าสถานการณ์ทางการเมืองจะเป็นอย่างไรก็ได้ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษามากนัก แต่อย่างไรก็ตาม



ตามหากเกิดปัญหาทางการเมือง มีความไม่มั่นคงและเสถียรภาพทางการเมือง การเดินทางเพื่อ  
 ประทับต่าง ๆ ตามท้องถนนอย่างที่เคยมา นั้น ก็อาจจะส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกในการเดินทางมา  
 เรียน อีกทั้งยังเป็นห่วงในเรื่องของความไม่ปลอดภัยของผู้เดินทาง จึงทำให้ไม่สามารถมาเรียนได้ก็  
 ส่งผลกระทบต่อโรงเรียนได้เช่นกัน

### 2.3.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

จากบทวิเคราะห์ของสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค (สศช.)  
 ได้สรุปภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม และแนวโน้มปี 2558-2559 ดังนี้

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2558 ขยายตัวร้อยละ 2.9 ปรับตัวดีขึ้น  
 อย่างช้าๆ จากการขยายตัวร้อยละ 2.8 ในไตรมาสก่อนหน้า และเมื่อปรับผลของฤดูกาลออกแล้ว  
 เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2558 ขยายตัวจากไตรมาสที่สองของปี 2558 ร้อยละ 1.0 รวม  
 9 เดือนแรกของปี 2558 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 2.9 ด้านการใช้จ่าย การส่งออกบริการและ  
 การลงทุนภาครัฐขยายตัวสูง การใช้จ่าย ภาคครัวเรือนและภาครัฐขยายตัวต่อเนื่อง ในขณะที่การ  
 ส่งออกสินค้ายังได้รับผลกระทบ จากเศรษฐกิจโลกและการลงทุนภาคเอกชนลดลง ในด้านการผลิต  
 สาขาโรงแรมและ ภัตตาคาร และสาขาก่อสร้างขยายตัวในเกณฑ์ดี สาขาบริการอื่นๆ ขยายตัวต่อเนื่อง  
 สาขาอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัว ในขณะที่สาขาเกษตรกรรมได้รับผลกระทบจาก ภัยแล้งและเป็น  
 ข้อจำกัดต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจไทยในปี 2558 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.9 ปรับตัวดีขึ้นจากการ  
 ขยายตัวร้อยละ 0.9 ในปี 2557 และเป็นค่ากลางของช่วงการประมาณการร้อยละ 2.7-3.2 เมื่อวันที่  
 17 สิงหาคม 2558 โดยการส่งออกและการผลิตภาคเกษตรทั้งปีมีแนวโน้มที่จะปรับตัวลดลงมากกว่าที่  
 คาดไว้ แต่มีปัจจัย สนับสนุนเพิ่มเติมจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งปีที่คาดว่าจะสูงกว่า 30 ล้านคน และ  
 มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมของภาครัฐ ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งปีจะลดลงร้อย  
 ละ 5.0 การบริโภคของครัวเรือนและการลงทุนรวมขยายตัว ร้อยละ 2.0 และร้อยละ 4.6 ตามลำดับ  
 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ -0.8 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 6.3 ของ GDP

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2559 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 โดยมีปัจจัย  
 สนับสนุนจาก

- (1) การเร่งขึ้นของการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐ
- (2) แรงส่งจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ
- (3) การฟื้นตัวอย่างช้าๆ ของเศรษฐกิจโลกและราคาส่งออก
- (4) แนวโน้มการอ่อนค่าของเงินบาท ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าการส่งออกในรูปแบบเงิน  
 บาทขยายตัวเร่งขึ้นและส่งผลให้รายรับและสภาพคล่องของผู้ประกอบการดีขึ้น

(5) การปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ของราคาสินค้าเกษตร ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

(6) ราคาน้ำมันที่คาดว่าจะยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะสนับสนุนอำนาจซื้อของประชาชนและภาคธุรกิจ และเอื้ออำนวยต่อการดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง

(7) การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน การอ่อนค่าของเงินหยวนและเงินสกุลสำคัญๆ ในประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง และผลกระทบจากปัญหาภัยแล้งยังเป็นข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจซึ่งต้องติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 3.0 การบริโภคของครัวเรือนและการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 2.6 และร้อยละ 9.5 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ในช่วงร้อยละ 1.0-2.0 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 5.7 ของ GDP

### 2.3.3 สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Factors)

ในสังคมปัจจุบัน คนส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มคนโสดและผู้สูงวัยมากขึ้น คนนิยมแต่งงานช้าและมีลูกน้อยลง จึงมักจะทุ่มเททั้งเวลา แรงกาย แรงใจ และทุนทรัพย์ต่างๆ เพื่อให้สิ่งที่ดีที่สุดแก่ลูกหลานอันเป็นที่รัก สังเกตได้จากเด็กในปัจจุบันมีการเรียนพิเศษเสริมทักษะต่างๆ มากมาย ทั้งด้านวิชาการ ด้านความฉลาดทางอารมณ์ ด้านศิลปะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแม้กระทั่งศิลปะป้องกันตัว

เป็นที่ทราบกันดีว่าค่านิยมหรือแนวโน้มของผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจในการรักษาสุขภาพมากขึ้น ทั้งกระแสในประเทศไทยและต่างประเทศก็เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การออกกำลังกาย การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค การรับประทานอาหารคลีน อาหารออร์แกนิกปลอดสารพิษ การใช้สิ่งของเพื่อสุขภาพต่างๆ อาทิเช่น หมอนไรฝุ่น ที่นอนเพื่อสุขภาพ อีกทั้งในปัจจุบันการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคไม่ได้ทำเพียงแค่ในผู้ใหญ่เท่านั้น สำนักงานกรรมการอาหารและยา ได้ออกโครงการ “ปลูกเด็กไทยใส่ใจสุขภาพ” ในปี 2559 ที่จะเข้าถึงโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศโดยเริ่มปลูกจิตใต้สำนึกตั้งแต่ในระดับชั้นอนุบาลเป็นต้นมา ดังนั้นการที่จะเลือกรับประทานอาหารคงไม่ได้เลือกเพียงแค่รูปร่างหน้าตาภายนอกที่น่ารับประทานเท่านั้น ยังคงต้องพิจารณาถึงคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย รวมถึงกรรมวิธีในการปรุงอาหารอีกด้วย

### 2.3.4 สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Factors)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงเรียนที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์รวมถึงหลักสูตรให้มีความ

ทันสมัยทันสมัยตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งโรงเรียน ห้องเรียน ห้องครัว อุปกรณ์การเรียน ก็ ต้องมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ระบบการจัดเก็บข้อมูลของนักเรียน และการบริหารสินค้าคงคลังก็ต้องใช้เทคโนโลยีมาเกี่ยวข้องเช่นเดียวกัน

นอกจากเทคโนโลยีแล้ว ในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนี้ ให้ความสำคัญอย่างมากด้านทักษะความสามารถเฉพาะบุคคล กล่าวคือ การเป็นครูผู้สอนและการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประกอบอาหารนั้น ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ฝีมือ และประสบการณ์ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง และมากไปกว่านั้นคือต้องมีใจรักในงานบริการ เพื่อให้การบริการออกมาดี ที่สุด ให้ประทับใจตราตรึงในความทรงจำของเด็กนักเรียนและผู้ปกครอง

## 2.4 การประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม

เพื่อให้ทราบถึงความน่าสนใจในการลงทุนการทำธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จึงใช้ Porter's Five-Force Diagram ในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ดังนี้

### 2.4.1 อำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

Supplier ในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

(1) บุคลากรในการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ในแต่ละแผนก อาทิเช่น ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเรียนการสอนและพัฒนาหลักสูตร ฝ่ายการเงินและการบัญชี และฝ่ายสนับสนุน เป็นต้น ซึ่งบุคลากรในกลุ่มนี้จะมีเพียงแค่ครูผู้สอนเท่านั้น ที่มีอำนาจการต่อรองสูงเพราะหากครูผู้สอนคนไหนที่สอนเก่ง ใจดี เด็กนักเรียนรัก ก็อาจจะถูกดึงตัวไปอยู่โรงเรียนอื่นหรือสามารถออกไปเปิดโรงเรียนของตัวเองได้ แต่หากทางโรงเรียนมีการบริหารจัดการที่ดี เช่น มีการฝึกอบรมครูผู้สอนทุกคนให้เป็นไปตามมาตรฐานของโรงเรียน มีการกำหนดหลักสูตรของเฉพาะ ผู้บริหารสามารถดูแลนักเรียน ให้ความใกล้ชิดกับเด็กนักเรียนและผู้ปกครอง อีกทั้งยังมีความสามารถให้การสอนการอบรมพนักงานให้สามารถทำงานได้หลากหลาย และทดแทนกันได้ และสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้น้อยลง ก็จะทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตกลุ่มนี้อยู่ในระดับปานกลางจนถึงค่อนข้างต่ำ

(2) บริษัทผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องครัว และอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ซึ่งทางโรงเรียนมีอำนาจการต่อรองกับผู้ผลิตกลุ่มนี้ค่อนข้างสูง เพราะมีผู้ผลิตให้เลือกหลากหลาย และหากโรงเรียนมีการสั่งซื้อในปริมาณมากๆ ก็ยิ่งทำให้มีอำนาจการต่อรองสูงยิ่งขึ้น (Economy of scale) จึงทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตกลุ่มนี้อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เว้นแต่มีการสั่งซื้ออุปกรณ์

เครื่องครัวสำหรับเด็กที่เป็นลิขสิทธิ์ของ SANRIO และ DISNEY อาจจะทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตกลุ่มนี้อยู่ในระดับสูงมาก เพราะเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว

(3) การจัดซื้อวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร วัตถุดิบบางอย่างผู้ผลิตสามารถผลิตได้เองภายในประเทศ เช่น แป้งชนิดต่างๆ น้ำตาล น้ำหวาน ไข่ไก่ เป็นต้น ซึ่งจะมีราคากลางที่เป็นราคามาตรฐานและคุณภาพของวัตถุดิบไม่แตกต่างกันมาก ทำให้มีตัวเลือกที่ค่อนข้างหลากหลาย ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวจะไม่มี ความแตกต่างกันมาก ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตกลุ่มนี้อยู่ในระดับต่ำ แต่อย่างไรก็ดี วัตถุดิบบางชนิดผลิตได้ในปริมาณน้อยเพราะต้องมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต หรือไม่สามารผลิตได้ในประเทศไทย ก็จะทำให้มีตัวแทนจำหน่ายนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว ก็ส่งผลให้ผู้ผลิตกลุ่มนี้มีอำนาจการต่อรองให้ระดับสูง ทำให้ราคาต้นทุนสินค้ามีราคาแพง

ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีวัตถุดิบบางประเภท ที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นผลผลิตปลอดสารเคมี ออร์แกนิก หรือปลูกได้ในบางพื้นที่ และมีกอกสู่ตลาดบางฤดูกาลเท่านั้น ผู้จำหน่ายจึงสามารถกำหนดราคาของสินค้าได้เอง ส่งผลให้ผู้ผลิตมีอำนาจการต่อรองในระดับสูง

#### 2.4.2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

แม้ว่าในปัจจุบันจะมีโรงเรียนสอนทำอาหารเป็นจำนวนมาก แต่หากเจาะกลุ่มเฉพาะโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนั้น มีเพียงไม่กี่ราย และในแต่ละรายเหล่านั้น ไม่ได้มีการส่งเสริมทักษะความสามารถของเด็กๆ ในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การกล้าคิด กล้าแสดงออก สอนให้เด็กๆ เห็นถึงคุณค่าทางโภชนาการที่ดี อีกทั้งยังมีการสอดแทรกเนื้อหาความรู้ทางวิชาการและภาษาไปอีกด้วย ดังนั้นหากพิจารณาถึงองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ จึงแสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองอยู่ในระดับต่ำ

#### 2.4.3 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors)

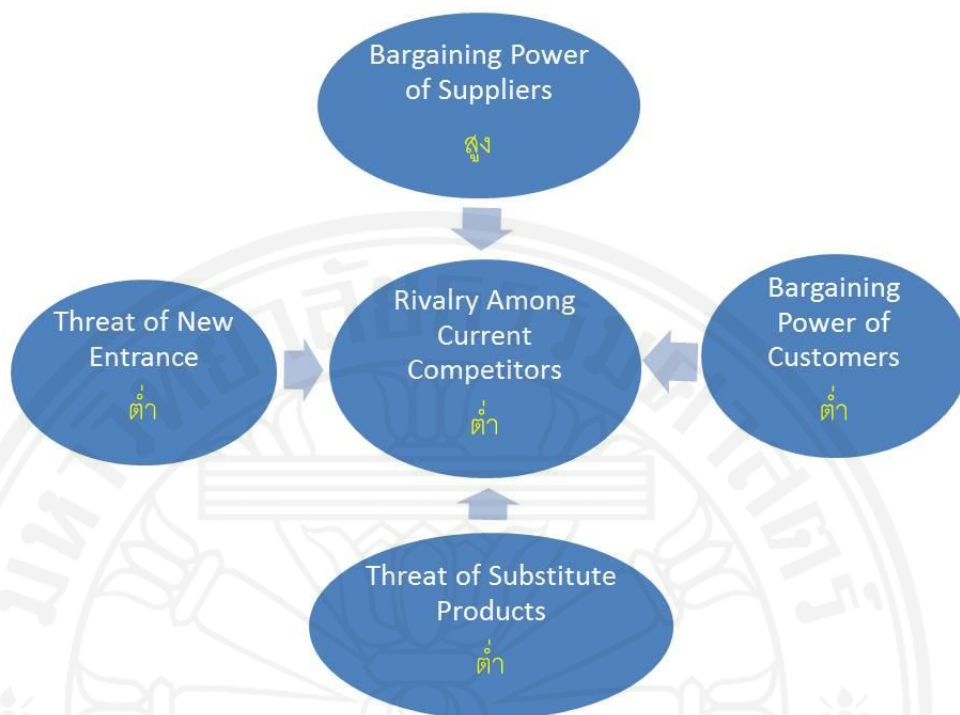
หากคู่แข่งมีความเชี่ยวชาญในการสอนทำอาหารอยู่แล้ว ก็คงเป็นเรื่องไม่ยากนักที่จะปรับปรุงหลักสูตรผู้ใหญ่มาสอนเด็ก หรือจากหลักสูตรเด็กมาประยุกต์ให้เกิดความแตกต่างมากขึ้น เนื่องจากขั้นตอนหรือกระบวนการต่างๆ ในการเรียนการสอนก็คล้ายคลึงกัน อาจจะมีเทคนิคใหม่ๆ การตกแต่งอาหารแบบน่ารักๆ สไตล์เด็กๆ อีกทั้งความสามารถเฉพาะทาง ประสบการณ์ ที่จะแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่ปัญหาที่จะตามมาคือ การเข้าใจและเข้าถึงในธรรมชาติของเด็ก พฤติกรรม การเรียนรู้ของเด็กในแต่ละช่วงวัย การดูแลและใส่ใจที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากเด็กแต่ละคนมีการเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน มีพื้นฐานความรู้ที่ไม่เหมือนกัน ก็ส่งผลให้เกิดความยากง่ายต่างกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจในการเรียนและประสิทธิภาพของนักเรียนไม่เท่ากัน จึงสรุปได้ว่าธุรกิจนี้มีการแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง

#### 2.4.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กเป็นโรงเรียนที่เปิดขึ้นเพื่อฝึกทักษะของเด็กๆ ในหลายๆ ด้าน ทั้งการฝึกใช้กล้ามเนื้อ การใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ฝึกความกล้าแสดงออก ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นการฝึกให้เด็กช่วยเหลือตนเอง และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นหากพิจารณาถึงสินค้าทดแทนของการพัฒนาความรู้ความสามารถ ก็จะเป็นในกลุ่มโรงเรียนกวดวิชา โรงเรียนฝึกทักษะต่างๆ โรงเรียนสอนศิลปะ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามอาจจะไม่สามารถทดแทนโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนี้ได้ ในแง่ของการรู้จักเลือกบริโภคอาหาร รู้คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง อีกทั้งยังความรู้ความสามารถที่จะเป็นประโยชน์ทั้งในการดำเนินชีวิตและอาจจะเป็นเป็นวิชาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเด็กๆ ได้ในอนาคตอีกด้วย จึงกล่าวได้ว่า ภาวะภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับค่อนข้างต่ำ

#### 2.4.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

สำหรับภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่สำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนั้นอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากว่าการที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ได้ต้องมีเงินทุนจำนวนมาก ในเรื่องของสถานที่ตั้ง ที่ดิน อาคาร ค่าเช่า อุปกรณ์ บุคลากร ทีมงาน และอื่นๆ จึงทำให้มีค่า Switching Cost สูง ดังนั้นผู้เล่นรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ต้องเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนี้เป็นอย่างดี เพราะว่าเมื่อเข้ามาแล้วจะต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างบุคลากร สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก สร้างชื่อเสียงให้มีความน่าเชื่อถือ ให้ลูกค้าไว้วางใจในคุณภาพการเรียนการสอนจนที่เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย



ภาพที่ 2.1 แผนภาพแสดงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมการแข่งขันโดยใช้ Porter's Five-Force Diagram

จากการวิเคราะห์ถึงความน่าสนใจในการลงทุนของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กข้างต้น พบว่ามีความน่าสนใจอยู่ในระดับสูง เนื่องจากว่า โรงเรียนสอนทำอาหารเป็นโรงเรียนที่มีจุดเด่นและสร้างความแตกต่างจากที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันที่มีการพัฒนาในหลายๆ ทักษะการเรียนรู้ของเด็ก และมีครูผู้สอนที่เข้าใจเด็ก มีความสามารถในการถ่ายทอด รวมถึงมีการใส่ใจในเรื่องของโภชนาการสำหรับเด็กในแต่ละช่วงวัย ซึ่งสามารถหาทดแทนได้ยาก ทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองในระดับต่ำ อีกทั้งหากกิจการมีระบบการบริหารและจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพพร้อมทั้งควบคุมมาตรฐานการเรียนการสอนได้ ก็จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ จนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ส่งผลดีในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่กิจการได้ ยิ่งไปกว่านั้น คู่แข่งโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กในตลาดขณะนี้ยังมีจำนวนน้อยมาก หากโรงเรียนสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างชัดเจน ก็จะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งที่จะตามมาอย่างแน่นอน

## 2.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง

จากการสำรวจตลาดโรงเรียนสอนทำอาหารและสอนทักษะความสามารถต่างๆ ให้กับเด็ก ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์คู่แข่งชั้น ทำให้เราสามารถวางแผนกลยุทธ์ด้านต่างๆ ในการทำแผนธุรกิจได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเนื่องจากโรงเรียนที่สอนมีความหลากหลายเป็นจำนวนมากในตลาดการศึกษา จึงขอกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาถึงขอบเขตของคู่แข่งดังนี้

- (1) ประเภทของโรงเรียน คือ เป็นโรงเรียนที่สอนเด็กในช่วงอายุ 4-15 ปี มีการสอนทักษะความสามารถต่างๆ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ในเด็ก
- (2) ราคาค่าเรียน คือ ราคาอยู่ในช่วง 3,000-8,000 บาท ต่อหลักสูตร
- (3) สถานที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสะดวกในการเดินทาง จากเกณฑ์ข้างต้นสามารถจำแนกคู่แข่งของ โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” ได้ดังนี้

### 2.5.1 คู่แข่งขันทางตรง

#### 2.5.1.1 CookCooool Creative Cooking School



ภาพที่ 2.2 สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน CookCooool Creative Cooking School

โรงเรียนสมุดไท หรือที่เรา รู้จักกันในนามโรงเรียนสอนทำอาหาร Cookcoool เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กช่วงอายุตั้งแต่ 4-12 ปี สอนให้เด็กเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ผ่านการทำอาหารง่ายๆ อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสะอาด ปลอดภัย ถูกหลักโภชนาการ ด้วยการสอนที่

สนุกสนานพร้อมปลูกฝังทัศนคติ และอุปนิสัยที่ดีในการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และร่างกาย

ปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 5 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และสาขาในภูมิภาคอีกด้วย สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ ศูนย์การค้า Siam Paragon ชั้น 4 Edutainment Zone โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น. สำหรับวันจันทร์ถึงศุกร์ และ 09.00-18.00 น. สำหรับวันเสาร์และอาทิตย์

อัตราค่าเรียน 3,200 บาท / คอร์ส / 4 ครั้ง

ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง 1.30 ชั่วโมง

ตารางเรียนมีเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ โดยแบ่งรอบเวลาเรียนออกเป็น 4 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 เวลา 09.00-10.30 น.

รอบที่ 2 เวลา 11.00-12.30 น.

รอบที่ 3 เวลา 13.00-14.30 น.

รอบที่ 4 เวลา 15.00-16.30 น.



ภาพที่ 2.3 บรรยากาศการเรียนที่ CookCool Creative Cooking School



## ตารางที่ 2.1

แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน Cookcool Creative Cooking School

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- เน้นการเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่างๆ ผ่านการทำอาหาร	- ครูผู้สอนไม่ได้ผ่านการอบรมจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ และไม่ได้จบด้านการทำอาหารโดยตรง
- หลักสูตรเน้นให้ความสำคัญเรื่องโภชนาการ รวมถึงต้องมีความสะอาด และปลอดภัย	- มีหลักสูตรเพียงหลักสูตรเดียว ไม่หลากหลาย
- มีการเรียนการสอนแบบ Bilingual	- มีเรียนเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์
- มีหลายสาขา กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่าย	- อุปกรณ์การเรียนไม่ใช่ของเด็กโดยเฉพาะ

## 2.5.1.2 Play Chef

**PLAY CHEF**

ภาพที่ 2.4 สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน Play Chef

ห้องครัว ห้องเรียนแสนสนุก Play Chef เปิดสอนตั้งแต่ปี 2545 เดิมใช้ชื่อว่า Kids in the Kitchen เป็นสถาบันสอนทำอาหารสำหรับเด็กแห่งแรกที่มีมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาทักษะสำหรับเด็กด้วยการสัมผัสและปฏิบัติจริง เด็กๆ นักทำครัวจะได้เรียนและเล่นผ่านกระบวนการเตรียมและประกอบอาหาร โดยหลักสูตรสำหรับเด็กจะเป็นหลักสูตรสำหรับเด็กที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 4-12 ปี นอกจากนั้น ยังเปิดหลักสูตรศิลปะการทำอาหารสำหรับวัยรุ่นไปจนถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจ

การทำครัวก็เป็นศิลปะอีกศาสตร์หนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการในเด็ก ไปจนถึงวัยรุ่น จึงได้นำหลักสูตรศาสตร์ด้านการทำอาหารมาผสมผสานกับทฤษฎีด้าน ศึกษาศาสตร์ เพื่อสร้างหลักสูตรที่เรียงลำดับขั้นตอนอย่างเหมาะสมและปลอดภัยสำหรับเด็ก โดยได้ คณะครูผู้มีประสบการณ์และความชำนาญมาช่วยทำให้หลักสูตรมีประสิทธิภาพและพัฒนาเด็กใน ระยะยาว

ปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 5 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ ศูนย์การค้า Paradise Park ชั้น 3 โดยเปิดทำการตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น. สำหรับวันอังคารถึงวัน อาทิตย์ และหยุดทุกวันจันทร์



ภาพที่ 2.5 บรรยากาศสถานที่ Play Chef

หลักสูตรสำหรับเด็กอายุ 4-12 ปี (Pre-Teens) มี 2 หลักสูตร ดังนี้

**(1) Kids in the Kitchen หลักสูตรนักทำครัวตัวน้อย**

อัตราค่าเรียน 6,500 บาท / คอร์ส / 8 ครั้ง

ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง 2 ชั่วโมง

ตารางเรียน

วันอังคารถึงศุกร์ เวลาเรียน 16.00-18.00 น.

วันเสาร์และอาทิตย์ โดยแบ่งรอบเวลาเรียนออกเป็น 3 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 เวลา 10.00-12.00 น.

รอบที่ 2 เวลา 13.00-15.00 น.

รอบที่ 3 เวลา 15.00-17.00 น.

**(2) Bakery Box หลักสูตรนักเบเกอรี่ตัวน้อย**

อัตราค่าเรียน 6,500 บาท / คอร์ส / 6 ครั้ง

ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง 2 ชั่วโมง

ตารางเรียน มีเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ เวลาเรียน 17.00-19.00 น.

**โปรโมชั่นพิเศษ**

- สมัครเรียนหลักสูตรแรก 6,500 บาท หลักสูตรต่อไปรับส่วนลด 500 บาท
- สมัครเรียน 3 หลักสูตร ราคาเต็ม 19,500 บาท รับส่วนลด 3,000 บาท เหลือเพียง 16,500 บาท
- สมัครเรียน 6 หลักสูตร ราคาเต็ม 39,000 บาท รับส่วนลด 9,000 บาท เหลือเพียง 30,000 บาท
- ค่าทดลองเรียนเฉพาะหลักสูตร Kids in the Kitchen ครั้งละ 850 บาท / 2 ชั่วโมง



ภาพที่ 2.6 บรรยากาศการเรียนที่ Play Chef

## ตารางที่ 2.2

แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน Play Chef

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- ครูผู้สอนจบหลักสูตรการเรียนทำอาหารมาโดยตรงและเป็นคุณครูสอนเด็กมาก่อน	- สถานที่ตั้งอยู่เฉพาะกลุ่ม การเดินทางอาจจะไม่ค่อยสะดวกมากนัก
- มีหลักสูตรและตารางเรียนที่หลากหลาย	- ใช้ภาษาไทยอย่างเดียวในการสอน
- มีหลายสาขา	- ไม่เน้นเรื่องโภชนาการสำหรับเด็ก
- มีโปรโมชั่นราคาพิเศษ เมื่อสมัครหลายคอร์ส	
- สามารถสมัครทดลองเรียนก่อนได้	

## 2.5.1.3 A little something



## ภาพที่ 2.7 สัญลักษณ์ประจำโรงเรียน A little something

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A little something เปิดสอนตั้งแต่ปี 2552 เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารที่มุ่งเน้น ให้เด็กๆ ได้ลงมือทำจริง มีส่วนร่วมในเกือบทุกขั้นตอน จะทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในครัว รวมถึงคำศัพท์ต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และให้เด็กๆ ช่วยกันทำอาหาร ซึ่งจะทำให้รู้จักการอยู่ร่วมกัน แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยในการพัฒนาความแข็งแรง การควบคุมกล้ามเนื้อ และฝึกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผ่านการทำอาหาร โดยหลักสูตรสำหรับเด็กจะเป็นหลักสูตรสำหรับเด็กที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 3-17 ปี นอกจากนั้น ยังเปิดหลักสูตรศิลปะการทำอาหารสำหรับผู้ใหญ่อีกด้วย

ปัจจุบันมีสาขารวม 4 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ อาคารเร็กเก็ตคลับ 4 ชั้น 2 ซอยสุขุมวิท 49 โดยเปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น.



ภาพที่ 2.8 บรรยากาศสถานที่ A little something

หลักสูตรสำหรับเด็กที่มีอายุ 3-17 ปี มี 3 หลักสูตร ดังนี้

**(1) Kids Weekly Cooking Class (Age 3-12 years)**

- อัตราค่าเรียน 750 บาท / ครั้ง / ชั่วโมง เหมาะสำหรับเด็ก 3-4 ปี  
มีเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ เวลาเรียน 10.30-11.30 น.
- อัตราค่าเรียน 1,250 บาท / ครั้ง  
ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง 2 ชั่วโมง

ตารางเรียน

มีเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ โดยแบ่งรอบเวลาเรียนออกเป็น 2 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 เวลา 10.00-12.00 น.

รอบที่ 2 เวลา 13.30-15.30 น.

**(2) Kids Cooking Camp (Age 3-12 years)**

อัตราค่าเรียน 1,250 บาท / ครั้ง

ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง 2 ชั่วโมง

ตารางเรียน มีเรียนเฉพาะช่วงปิดเทอมเท่านั้น

## (3) Teen Chef Culinary Course (Age 13-17 years)

อัตราค่าเรียน 2,600 บาท / ครั้ง / ท่าน

ตารางเรียนมีเฉพาะแบบส่วนตัวเท่านั้น



ภาพที่ 2.9 บรรยากาศการเรียนที่ A little something

ตารางที่ 2.3

แสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียน A little something

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูผู้สอนทุกคนจบจากสถาบันสอนทำอาหาร เลอ การ์ดอง เบลอ</li> <li>- ใช้อุปกรณ์เครื่องครัวที่ออกแบบสำหรับเด็ก โดยเฉพาะ</li> <li>- หลักสูตรมีความหลากหลาย</li> <li>- มีการเรียนการสอนแบบ Bilingual</li> <li>- มีหลายสาขา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งอยู่เฉพาะกลุ่ม การเดินทาง อาจจะไม่ค่อยสะดวกมากนัก</li> <li>- รายละเอียดไม่ชัดเจนในแง่ข้อมูลการเรียน เวลาเรียน ราคาค่าใช้จ่าย</li> </ul>




ตารางที่ 2.4

สรุปการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef”

ชื่อสถาบัน	 CookCool	 Play Chef	 A Little Something Cooking School for Kids & Family
รูปแบบธุรกิจ	สอนให้เด็กเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ผ่านการทำอาหารง่ายๆ อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งสะอาดปลอดภัย ถูกหลักโภชนาการ ด้วยการสอนที่สนุกสนานพร้อมปลูกฝังทัศนคติ และอุปนิสัยที่ดีในการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และร่างกาย	สถาบันสอนทำอาหารสำหรับเด็กแห่งแรกที่มุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาทักษะสำหรับเด็ก ด้วยการสัมผัสและปฏิบัติจริง เด็กๆ นักทำครัวจะได้เรียนและเล่นผ่านกระบวนการเตรียมและประกอบอาหาร	สอนทำอาหารที่มุ่งเน้น ให้เด็กๆ ได้ลงมือทำจริง มีส่วนร่วมในเกือบทุกขั้นตอน จะทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในครัว รวมถึงคำศัพท์ต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และให้เด็กๆ ช่วยกันทำอาหาร ซึ่งจะช่วยให้รู้จักการอยู่ร่วมกัน แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยในการพัฒนาความแข็งแรง การควบคุมกล้ามเนื้อ และฝึกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผ่านการทำอาหาร
ทำเลที่ตั้ง	ศูนย์การค้า Siam Paragon ชั้น 4 ปัจจุบันมี 5 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑลและสาขาในภูมิภาค	ศูนย์การค้า Paradise Park ชั้น 3 ปัจจุบันมี 5 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร	อาคารเร็กซ์เก็ทคลับ 4 ชั้น 2 ซอยสุขุมวิท 49 ปัจจุบันมี 4 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร
เวลาที่ให้บริการ	10.00-18.00 น. วันจันทร์ถึงศุกร์ 09.00-18.00 น. วันเสาร์และอาทิตย์	10.00-18.00 น. วันอังคารถึงวันอาทิตย์ หยุดทุกวันจันทร์	10.00-18.00 น. เปิดทำการทุกวัน

ตารางที่ 2.4

สรุปการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” (ต่อ)

ชื่อสถาบัน	 CookCool	 Play Chef	 A Little Something Cooking School for Kids & Family
บุคลากรผู้สอน	คนที่มีใจรักในการทำอาหาร	คณะครูผู้มีประสบการณ์และความชำนาญในด้านการทำอาหารและจบหลักสูตรโภชนาการ	ครูผู้สอนทุกคนจบจากสถาบันสอนทำอาหาร เลอ การ์ดอง เบล
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	เด็กที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 4-12 ปี	เด็กที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 4-12 ปี	เด็กที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 3-17 ปี
อัตราค่าเรียน	3,200 บาท / คอร์ส / 4 ครั้ง	1. Kids in the Kitchen หลักสูตรนักทำครัวตัวน้อย 6,500 บาท / คอร์ส / 8 ครั้ง 2. Bakery Box หลักสูตรนักเบเกอรี่ตัวน้อย 6,500 บาท / คอร์ส / 6 ครั้ง	1. Kids Weekly Cooking Class (Age 3-12 years) 2. Kids Cooking Camp (Age 3-12 years) ตารางเรียน มีเรียนเฉพาะช่วงปิดเทอมเท่านั้น 3. Teen Chef Culinary Course (Age 13-17 years)
ระยะเวลาเรียนต่อครั้ง (นาที)	90	120	60 120
ค่าใช้จ่ายต่อชั่วโมง (บาท)	533.33	1. 406.25 2. 541.66	750 625



ตารางที่ 2.4

สรุปการวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” (ต่อ)

ชื่อสถาบัน	 CookCool	 Play Chef	 A Little Something Cooking School for Kids & Family
จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นการเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่างๆ ผ่านการทำอาหาร</li> <li>- หลักสูตรเน้นให้ความสำคัญเรื่องโภชนาการ รวมถึงต้องมีความสะอาด และปลอดภัย</li> <li>- มีการเรียนการสอนแบบ Bilingual</li> <li>- มีหลายสาขา กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูผู้สอนจบหลักสูตรการเรียนทำอาหารมาโดยตรงและเป็นคุณครูสอนเด็กมาก่อน</li> <li>- มีหลักสูตรและตารางเรียนที่หลากหลาย</li> <li>- มีหลายสาขา</li> <li>- มีโปรโมชั่นราคาพิเศษ เมื่อสมัครหลายคอร์ส</li> <li>- สามารถสมัครทดลองเรียนก่อนได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูผู้สอนทุกคนจบจากสถาบันสอนทำอาหาร เลอ การ์ตอง เบลอ</li> <li>- ใช้อุปกรณ์เครื่องครัวที่ออกแบบสำหรับเด็กโดยเฉพาะ</li> <li>- หลักสูตรมีความหลากหลาย</li> <li>- มีการเรียนการสอนแบบ Bilingual</li> <li>- มีหลายสาขา</li> </ul>
จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ครูผู้สอนไม่ได้ผ่านการอบรมจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ และไม่ได้จบด้านการทำอาหารโดยตรง</li> <li>- มีหลักสูตรเพียงหลักสูตรเดียว ไม่หลากหลาย</li> <li>- มีเรียนเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์</li> <li>- อุปกรณ์การเรียนไม่ใช่ของเด็กโดยเฉพาะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งอยู่เฉพาะกลุ่ม การเดินทางอาจจะไม่ค่อยสะดวกมากนัก</li> <li>- ใช้ภาษาไทยอย่างเดียวในการสอน</li> <li>- ไม่เน้นเรื่องโภชนาการสำหรับเด็ก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งอยู่เฉพาะกลุ่ม การเดินทางอาจจะไม่ค่อยสะดวกมากนัก</li> <li>- รายละเอียดไม่ชัดเจนในแง่ข้อมูลการเรียน เวลาเรียน ราคาค่าใช้จ่าย</li> </ul>

### 2.5.2 คู่แข่งขันทางอ้อม

เนื่องด้วยในปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันกันทางด้านการศึกษาและความสามารถพิเศษ กล่าวคือ เด็กยุคใหม่เมื่อมีเวลาว่าง ผู้ปกครองก็ต้องส่งเสริมให้ได้ๆ เรียนเสริมทักษะและการพัฒนาการต่างๆ อาทิเช่น

1. เรียนร้องเพลง เพื่อเสริมสร้างทักษะการฟัง การได้ยิน การล้อเลียนแบบและความฉลาดทางอารมณ์ ส่งเสริมให้เด็กมีอารมณ์สุนทรีย์
2. การออกกำลังกาย เรียนยิมนาสติก เรียนเทควันโด เรียนยูโด เป็นการยืดกล้ามเนื้อ เพื่อให้กล้ามเนื้อมีความแข็งแรง ส่งเสริมให้เด็กเป็นคนมีสุขภาพดี
3. สุนทรียการเรียนรู้ภาษาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษารัสเซีย รวมถึงภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นต้น เพราะในอนาคตเรื่องภาษาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก ใครที่ได้ภาษาก็จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### บทที่ 3

#### การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

จากการวิเคราะห์ถึงสภาพของอุตสาหกรรมและการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกของอุตสาหกรรม ทำให้เราทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งเราสามารถนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์ มาปรับใช้ให้เหมาะสม ถือเป็น การสร้างกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจหรือการจัดการกับสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อให้ธุรกิจของเราสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไปในอนาคต ในส่วนนี้จึงขอใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์สภาพขององค์กรในปัจจุบัน ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 การประเมินจุดอ่อนจุดแข็งของธุรกิจ

##### 3.1.1 จุดแข็งของธุรกิจ (Strength)

1. เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กที่สร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยการสอนจะสอนแบบ 3 ภาษา ซึ่งประกอบด้วย ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังมีหลักสูตรสำหรับ Family Relation Program เพื่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวให้มีช่วงเวลาดีๆ และทำกิจกรรมร่วมกัน พร้อมทั้งมีห้องครัวให้เช่าไว้ให้บริการสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการทำอาหารให้ลูกรับประทานขณะรอเรียน ใช้เพื่อสร้างสรรค์เมนูต่างๆ ให้ลูกรักด้วยการอาหารที่สะอาดปลอดภัย และถูกต้องตามหลักสุขอนามัย
2. ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมือง สะดวกในการเดินทาง
3. เด็กๆ ได้เรียนรู้และพัฒนาการทักษะต่างๆ จากการลงมือทำจริง และได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
4. บรรยากาศการเรียนสนุกสนาน เพลิดเพลิน เหมือนการมาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน พบปะรู้จักเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน สอนให้เด็กๆ ได้รู้จักการเข้าสังคม
5. มีบุคลากรผู้สอนดูแลอย่างใกล้ชิด และจบหลักสูตรการเรียนทำอาหารโดยตรงจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ
6. นักโภชนาการและการกำหนดอาหารเป็นผู้กำหนดหลักสูตรของทางโรงเรียน เพื่อความถูกต้องตามหลักโภชนาการของเด็กในแต่ละช่วงวัย
7. มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจของลูกค้า ทำให้เกิดการจดจำและนึกถึง เมื่อมีความต้องการที่จะหาที่เรียนเสริมทักษะต่างๆ

8. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจนี้หลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งสามารถนำมาวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

9. มีการเก็บข้อมูลของนักเรียน เพื่อทำระบบฐานข้อมูลของสมาชิก ซึ่งสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ และทำกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

10. มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกและหลากหลาย ทั้งการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลรายละเอียดการเรียนการสอน และการติดต่อเพื่อของคำปรึกษาจากนักโภชนาการ

### 3.1.2 จุดอ่อนของธุรกิจ

เป็นธุรกิจเปิดใหม่ต้องใช้เวลาในการสร้างชื่อเสียง ความเชื่อมั่น และเป็นที่รู้จัก

## 3.2 การประเมินโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ

### 3.2.1 โอกาสของธุรกิจ

1. ในปัจจุบันพ่อแม่ส่งเสริมให้ลูกเรียนพิเศษมากขึ้น ส่งเสริมทักษะความสามารถต่างๆ คนหันมาให้ความสนใจในด้านการทำอาหารมากขึ้น เนื่องจากว่าสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งในและต่างประเทศ

2. ภาษาเป็นเรื่องจำเป็นในปัจจุบัน

3. คนให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และเพื่อสุขภาพมากขึ้น

### 3.2.2 อุปสรรคของธุรกิจ

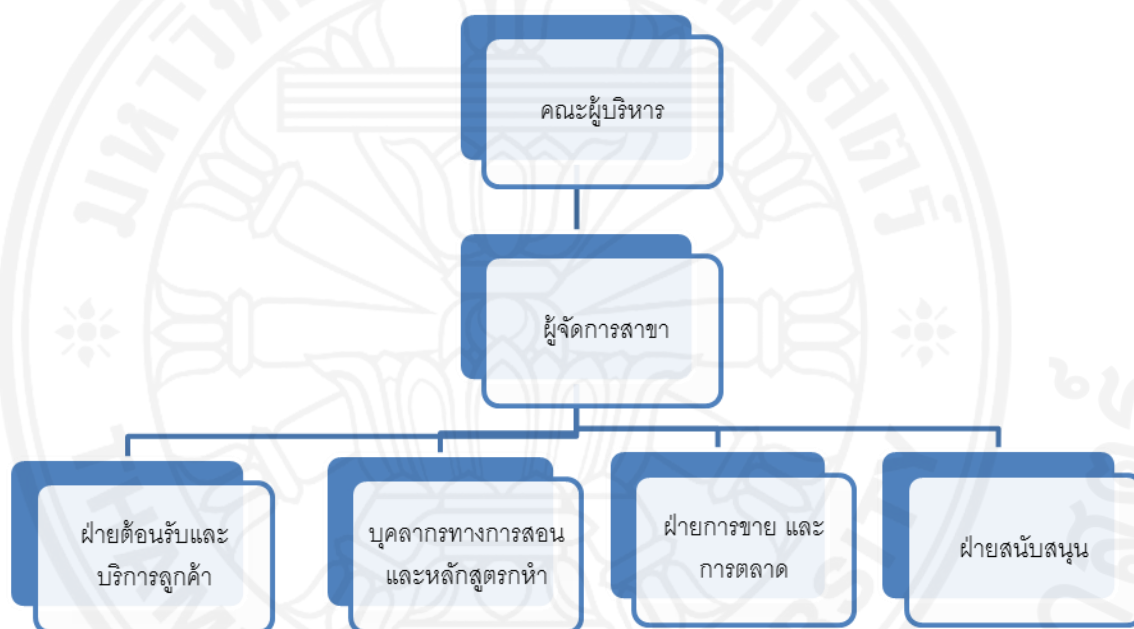
1. คู่แข่งอาจจะค่อนข้างเยอะ จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อแย่งชิงเด็กนักเรียน ดังนั้นจึงต้องมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน ครูผู้สอนที่ใส่ใจเด็ก การบริการที่หลากหลายและครอบคลุม ก็จะสามารถรับมือกับการแข่งขันและสร้างธุรกิจให้มีมาจุดเด่นและแข็งแกร่ง

2. ทางเลือกในการเรียนเพื่อส่งเสริมความสามารถพิเศษมีตัวเลือกที่หลากหลาย

3. การลาออกหรือการโดนดึงตัวของบุคลากรที่มีความสามารถ อาจส่งผลให้เกิดความไม่ราบรื่นในการดำเนินธุรกิจ

### 3.3 โครงสร้างองค์กรและหน้าที่ความรับผิดชอบ

เนื่องจากว่าโรงเรียนเป็นธุรกิจที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก โครงสร้างองค์กรจึงได้รับการออกแบบให้เป็นรูปแบบ Flat Organization เพื่อง่ายต่อการบริหารและติดต่อประสานงาน นอกจากนี้ยังเป็นแบ่งเป็นฝ่ายต่างๆ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินธุรกิจ ทางโรงเรียนแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง ดังนี้



ภาพที่ 3.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef”

#### 3.3.1 คณะผู้บริหาร

ทำหน้าที่ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร กลยุทธ์และนโยบายการบริหารงาน รวมทั้งประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ธุรกิจมีระบบการจัดการและดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งหากมีบุคลากรฝ่ายใดไม่สามารถปฏิบัติงานได้ ผู้บริหารจะสามารถปฏิบัติหน้าที่แทนได้อย่างทันถ่วงที

#### 3.3.2 ผู้จัดการสาขา

ทำหน้าที่วางแผนการจัดการของภาพรวมในทุกด้าน นำพาบุคลากรในองค์กรให้ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ผู้บริหารได้วางไว้ตลอดจนการประเมินผลและควบคุมการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ และสรุปผลการดำเนินงานของบริษัทต่อคณะผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้จัดการ

สาขายังต้องดูแลและแก้ไขปัญหาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า และรวบรวมทุกเสียงไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การติชม การต้องการให้ปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาองค์กรต่อไป

### 3.3.3 ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า

#### 1) แผนกต้อนรับและบริการลูกค้า

ทำหน้าที่ ต้อนรับ ดูแล และให้ความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครองที่เข้ามาใช้บริการ แนะนำหลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนต่างๆ รวมถึงความปลอดภัยในการเรียน

#### 2) แผนกการเงิน

ทำหน้าที่ให้การคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียนและการให้บริการต่างๆ

#### 3) แผนกลูกค้าสัมพันธ์

ทำหน้าที่ในการทำบัตรสมาชิก บันทึกข้อมูลประวัตินักเรียน การแจ้งข้อมูล และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้น การจองวันและเวลาเรียน รวมถึงการทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลอดจนรับข้อร้องเรียนต่างๆ

### 3.3.4 บุคลากรทางการสอนและหลักสูตร

#### 1) นักโภชนาการ

ทำหน้าที่การวางแผนและกำหนดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านโภชนาการ สำหรับเด็กในแต่ละช่วงวัย อีกทั้งยังประจำที่โรงเรียนเพื่อการให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ผู้ปกครองในเรื่องโภชนาการ โดยนักโภชนาการกำหนดอาหารเด็ก จะจบมาจากคณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 2) ครูผู้สอน

ทำหน้าที่สอนเด็กในแต่ละหลักสูตร ให้มีความรู้พร้อมพัฒนาทักษะต่างๆ และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม รวมถึงการสอนใช้อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ โดยครูผู้สอนจะคัดสรรมาจากบุคลากรที่จบการเรียนสอนทำอาหารจากสถาบันที่มีชื่อเสียงเช่น สถาบัน เลอ การ์ดอง เบลอ และ โรงเรียนการอาหารนานาชาติสวนดุสิต โดยมีการว่าจ้างเป็นรายชั่วโมง อาจจะเป็นงานพาร์ทไทม์จากการทำงานประจำก็ได้

### 3.3.5 ฝ่ายการขายและการตลาด

ทำหน้าที่ในการวางแผนการตลาด การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ กำหนดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ สื่อสารทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้ารู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” และประเมินผลการทำการตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ

### 3.3.6 ฝ่ายสนับสนุน

#### 1) แผนกทรัพยากรบุคคล

ทำหน้าที่ในการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติและคุณภาพ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ บุคลิกภาพที่ดี มีใจรักเด็ก เอาใจใส่ ชอบช่วยเหลือ ฯลฯ ตามมาตรฐานของโรงเรียน รวมไปถึงการมีหน้าที่ในการดูแลเรื่องค่าแรง สวัสดิการ นโยบายทางการเงิน และที่สำคัญมีหน้าที่ในการวางแผนความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงานอีกด้วย

#### 2) แผนกบัญชีและการเงิน

ทำหน้าที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินให้เป็นไปตามการวางแผนงบประมาณทางการเงินตามที่นโยบายกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 3) แผนกจัดซื้อ

ทำหน้าที่ในการเลือกผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าที่ได้คุณภาพและมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ และทำการเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ แหล่ง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาถูกที่สุด มีระยะเวลาการจ่ายเงิน (Credit Term) นานที่สุด เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรสูงสุด อีกทั้งแผนกจัดซื้อต้องมีการบริหารการจัดการและประสานงานที่ดีกับแผนกสินค้าคงคลัง เพื่อให้วัตถุดิบไม่ขาด และสามารถจัดซื้อได้ทันตามกำลังและเวลาการให้บริการ

#### 4) แผนกคลังสินค้า

ทำหน้าที่ในการบริหารสินค้าคงคลังไม่ให้ของขาดหรือเกินกว่าที่กำหนด

#### 5) แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม

#### 6) แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทำหน้าที่ในการดูแลระบบการจัดการและฐานข้อมูลลูกค้า ตลอดจนจัดส่งข้อมูลสถิติการซื้อสินค้าและการใช้บริการให้กับฝ่ายการตลาดเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

#### 7) แผนกทำความสะอาด

ทำหน้าที่ในการดูแลความสะอาดต่างๆ ทั้งหมดของโรงเรียน

### 3.4 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กอันดับ 1 ของประเทศ ที่เน้นคุณค่าอาหารทางโภชนาการและการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ของเด็ก การเรียนการสอนที่สนุกเพลิดเพลิน ด้วยบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการสอนและให้คำปรึกษาได้อย่างรวดเร็ว มีการดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด พร้อมการบริการในระดับพรีเมียมตั้งเสมือนเป็นลูกของผู้สอน พร้อมทั้งระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

### 3.5 พันธกิจ (Mission)

1. สร้าง Brand Awareness ให้ลูกค้ารู้จักและเชื่อมั่นในโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” ว่าจะเป็นที่น่าเชื่อถือถึงประโยชน์ ความรู้ พร้อมทั้งสุขภาพที่ดี รวมถึงการดูแล และให้บริการนักเรียนในระดับพรีเมียม โดยบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
2. จะเลือกสรรเฉพาะอุปกรณ์การเรียนการสอนและวัตถุดิบที่นำมาใช้ในโรงเรียนจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารเคมีที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของนักเรียน
3. พัฒนาบุคลากรทั้งความรู้ ความชำนาญ และการบริการ ด้วยการฝึกอบรมทักษะ ความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ
4. ให้ความก้าวหน้าในการทำงานให้กับบุคลากรด้วยการวาง Growth Career Path Strategy ที่สำคัญให้มีความสุขกับบุคลากรโดยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้อยู่ร่วมกันเสมือนว่าเป็นครอบครัวเดียวกัน
5. มีการประเมินความพึงพอใจในการเรียนทุกหลักสูตร

### 3.6 เป้าหมาย (Goals)

สามารถแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้นซึ่งมีระยะเวลา 1-2 ปีและเป้าหมายระยะยาวซึ่งมีระยะเวลา 3-5 ปีดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.6.1 เป้าหมายระยะสั้น (Objectives)

- 1) ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และแข็งแกร่ง โดยการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของสินค้า (Brand Perceive) และความตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ให้เกิดกับลูกค้าร้อยละ 50 ของกลุ่มเป้าหมายภายในปีที่ 2
- 2) มุ่งมั่นในการพัฒนาและรักษาคุณภาพมาตรฐานการเรียนการสอนให้ได้ตามที่กำหนด เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียน โดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)
- 3) ให้โรงเรียนมีการสร้างรายได้มากกว่า 10,000,000 บาทภายในปีที่2 และมียอดนักเรียนมาเรียนให้เติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 10 ต่อปี ในปีถัดมา
- 4) สร้างกระแสและประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ให้มีการมาทดลองเรียนร้อยละ 20 ของกลุ่มเป้าหมาย



### 3.6.2 เป้าหมายระยะยาว (Goals)

- 1) สร้างความน่าเชื่อถือ ให้เป็นที่ยอมรับ และความเข้าใจของผู้ปกครอง เกี่ยวกับการเรียนโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่ยอมรับและเข้าใจ กระบวนการเรียนการสอน และเคยทดลองพาทบุตรหลานมาเรียน
- 2) ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และแข็งแกร่ง โดยการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของสินค้า (Brand Perceive) และความตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ให้เกิดกับลูกค้าร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายภายในปีที่ 5
- 3) ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนา หรือปรับเปลี่ยนหลักสูตรตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 4) สร้างและรักษายอดขายให้ได้ 25,000,000 บาทต่อปี
- 5) หลังจากปีที่ 5 เป็นต้นไป จะมีการขยายสาขาในกรุงเทพฯ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

## 3.7 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ

### 3.7.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

กลยุทธ์ที่เลือกใช้ คือ กลยุทธ์การสร้างเติบโต (Growth strategy) โดยจะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายมากขึ้น ทั้งการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และเพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพื่อการเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจเป็นหลัก นอกจากนี้เมื่อธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้างแล้ว อาจมีการขยายตัวโดยการสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และขยายการรับรู้ตราสินค้าในวงกว้าง

### 3.7.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

เน้นกลยุทธ์การสร้างแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน (Differentiation Strategy) โดยทางโรงเรียนมีการวางผังและตกแต่งโรงเรียนให้มีความโดดเด่นและสะดุดตาของผู้ที่พบเห็น เน้นบุคลากรที่มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ ใส่ใจในการบริการ และเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการอย่างแท้จริงเพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งมีการส่งเสริมทักษะที่หลากหลายและรอบด้านทั้งแง่มุมของวิชาการและทักษะความรู้รอบตัว การพัฒนาการต่างๆ รวมถึงการใช้ภาษา ความสะอาดและปลอดภัย ทางโรงเรียนจะเลือกใช้วัสดุที่ดีที่สุดและมีคุณภาพ ผักออร์แกนิกปลอดสารพิษ เนื้อสัตว์ต้องผ่านการรับรองจากฟาร์มที่มาตรฐานจากกรมปศุสัตว์เท่านั้น รวมถึงขั้นตอน

กรรมวิธีการปรุงอาหาร การจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อรักษาคุณค่าทางโภชนาการอย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้ปกครองมั่นใจได้ว่า เด็กๆ ในการปกครองของท่านได้รับคุณค่าทางสารอาหารอย่างเต็มเปี่ยม

โดยนอกจากจะเน้นคุณภาพสินค้าและบริการแบบ Functional Benefit แล้ว ยังมุ่งเน้นความแตกต่างทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional Differentiation) ต่อแบรนด์ของโรงเรียน เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนในปัจจุบัน ค่อนข้างมีตัวเลือกที่หลากหลาย ความน่าสนใจของสถานที่เรียนจึงมีความสำคัญไม่แพ้กัน โดยเป็นการตกแต่งสถานที่ให้เหมือนการเข้าร่วมกิจกรรมในวันพักผ่อนมากกว่าที่จะให้เด็กๆ รู้สึกถึงการมาเข้าเรียน ดังนั้นนอกจากที่จะให้จุดเด่นในการบริการที่หลากหลายแล้วยังคงต้องเน้นอารมณ์ความรู้สึกของเด็กๆ และผู้ปกครองที่ได้รับบริการ เพื่อเป็นการกำหนดราคาที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากว่าผู้ปกครองยินดีที่จะจ่ายราคาที่สูงกว่าเพื่อให้ลูกได้รับการบริการที่ดีและคุ้มค่าในการเรียน และเนื่องจากทางโรงเรียนเป็นโรงเรียนเปิดใหม่และมีการดูแลอย่างใกล้ชิด จึงทำให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ปกครองได้ตลอด ดังนั้นทางโรงเรียนจะนำคำแนะนำและข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ปกครองมาปรับใช้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่นักเรียนอย่างสูงสุด

### 3.7.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

โรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก “A. Little Chef” กำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ที่สามารถนำมาใช้สนับสนุนในเชิงการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้กลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ โดยมีการแบ่งสายการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันออกเป็น 4 สายงานหลักคือ

ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า รวมถึงแผนกบัญชีการเงิน ซึ่งจะคอยดูแลเรื่องบัญชี และการเงินให้มีความถูกต้อง เหมาะสมสำหรับทุกส่วนงานของกิจการ

ฝ่ายบุคลากรทางการสอนและหลักสูตร เป็นฝ่ายที่มีความเกี่ยวข้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนโดยตรง โดยทางโรงเรียนจะมีผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบอาหาร รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการมาเป็นที่ปรึกษาประจำโรงเรียน

ฝ่ายการขายและการตลาด เป็นฝ่ายงานที่คอยดูแลเรื่องการประชาสัมพันธ์สินค้า การออกแบบโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงการดูแลความพึงพอใจของลูกค้า

ฝ่ายสนับสนุน รวมถึงทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่เรื่องการดูแล จัดสรรทรัพยากรบุคคลในทุกๆ ด้าน เนื่องจากโรงเรียนเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการต่างๆ ของเด็กในแต่ละช่วงวัย และเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่ต้องมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องเด็กและโภชนาการตลอดเวลา

### 3.8 การจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ Tows Matrix

การจัดทำกลยุทธ์โดยใช้ Tows Matrix มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1

กลยุทธ์ Tows Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	<p>(1) เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กที่สร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยการสอนจะสอนแบบ 3 ภาษา อีกทั้งยังมีหลักสูตรสำหรับ Family Relation Program เพื่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวให้มีช่วงเวลาดีๆ และทำกิจกรรมร่วมกัน พร้อมทั้งมีห้องครัวให้เช่าไว้ให้บริการสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการทำอาหารให้ลูกรับประทานขณะรอเรียน ใช้เพื่อสร้างสรรค์เมนูต่างๆ ให้ลูกรักด้วยการอาหารที่สะอาด ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักสุขอนามัย</p>	<p>(1) เป็นธุรกิจเปิดใหม่ต้องใช้เวลาในการสร้างชื่อเสียง ความเชื่อมั่น และเป็นที่รู้จัก</p>

ตารางที่ 3.1

กลยุทธ์ Tows Matrix (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(2) ท่าเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมือง สะดวกในการเดินทาง</li> <li>(3) เด็กๆ ได้เรียนรู้และพัฒนาการทักษะต่างๆ จากการลงมือทำจริง และได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์</li> <li>(4) บรรยากาศการเรียนสนุกสนาน เพลิดเพลิน เหมือนการมาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน พบปะรู้จักเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน สอนให้เด็กๆ ได้รู้จักการเข้าสังคม</li> <li>(5) มีบุคลากรผู้สอนดูแลอย่างใกล้ชิด และจบหลักสูตรการเรียนทำอาหารโดยตรงจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ</li> <li>(6) นักโภชนาการและการกำหนดอาหารเป็นผู้กำหนดหลักสูตรของทางโรงเรียน เพื่อความถูกต้องตามหลักโภชนาการของเด็กในแต่ละช่วงวัย</li> <li>(7) มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจของลูกค้า ทำให้เกิดการจดจำและนึกถึง เมื่อมีความต้องการที่จะหา</li> </ul>	

ตารางที่ 3.1

กลยุทธ์ Tows Matrix (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	<p>ที่เรียนเสริมทักษะต่างๆ</p> <p>(8) ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจนี้หลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งสามารถนำมาวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p> <p>(9) มีการเก็บข้อมูลของนักเรียน เพื่อทำระบบฐานข้อมูลของสมาชิก ซึ่งสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ และทำกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง</p> <p>(10) มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกและหลากหลาย ทั้งการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลรายละเอียดการเรียนการสอน และการติดต่อเพื่อขอคำปรึกษาจากนักโภชนาการ</p>	

ตารางที่ 3.1

กลยุทธ์ Tows Matrix (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
<p><b>โอกาส (Opportunities : O)</b></p> <p>(1) ในปัจจุบันพ่อแม่ส่งเสริมให้ลูกเรียนพิเศษมากขึ้น ส่งเสริมทักษะความสามารถต่างๆ คนหันมาให้ความสนใจในด้านการทำอาหารมากขึ้น เนื่องจากว่าสามารถประกอบอาชีพได้ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>(2) ภาษาเป็นเรื่องจำเป็นในปัจจุบัน</p> <p>(3) คนให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และเพื่อสุขภาพมากขึ้น</p>	<p><b>SO Strategy</b></p> <p>(1) เน้นจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ “A. Little Chef” ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ</p> <p>(2) สร้างการรับรู้คุณค่าที่จะได้รับในเรื่องคุณภาพการเรียน การพัฒนาทักษะต่างๆ การฝึกภาษา การดูแลเอาใจใส่และความสนุกเพลิดเพลิน รวมถึงประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับ</p> <p>(3) ทำการตลาดเพื่อให้เด็กๆ และผู้ปกครองได้สัมผัสการเรียนการสอนและการบริการที่น่าประทับใจ</p>	<p><b>WO Strategy</b></p> <p>(1) ทำ IMC ให้ลูกค้ารู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef”</p> <p>(2) สร้างจุดเด่นในเรื่องการเรียนด้วย 3 ภาษา และเน้นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่เต็มเปี่ยมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ</p>

ตารางที่ 3.1

กลยุทธ์ Tows Matrix (ต่อ)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
<p><b>อุปสรรค (Threat : T)</b></p> <p>(1) คู่แข่งอาจจะค่อนข้างเยอะ จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อแย่งชิงเด็กนักเรียน ดังนั้นจึงต้องมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน ครูผู้สอนที่ใส่ใจเด็ก การบริการที่หลากหลายและครอบคลุม ก็จะสามารถรับมือกับการแข่งขันและสร้างธุรกิจให้มีมาจุดเด่นและแข็งแกร่ง</p> <p>(2) ทางเลือกในการเรียนเพื่อส่งเสริมความสามารถพิเศษมีตัวเลือกที่หลากหลาย</p> <p>(3) การลาออกหรือการโดนดึงตัวของบุคลากรที่มีความสามารถ อาจส่งผลให้เกิดความไม่ราบรื่นในการดำเนินธุรกิจ</p>	<p><b>ST Strategy</b></p> <p>(1) ให้ความสำคัญในเรื่องการคัดสรรบุคลากรที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญในการสอน การดูแลเด็ก อย่างมืออาชีพเพื่อการบริการในระดับพรีเมียม รักษามาตรฐานและพัฒนาหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและแข่งขันกับคู่แข่งได้</p> <p>(2) ทำการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของเด็กและผู้ปกครองจากการเรียนและการบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขให้ตอบสนองทุกความต้องการของผู้ปกครอง</p> <p>(3) ทำการวาง Carrier Path Strategy ให้กับบุคลากร เพื่อให้บุคลากรเห็นถึงความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน</p>	<p><b>WT Strategy</b></p> <p>(1) ร่วมมือกับโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ เพื่อให้มีการสร้างฐานลูกค้าที่กว้างและเป็นที่ยึดรั้งได้รวดเร็วขึ้น</p> <p>(2) สร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรในเรื่องความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน</p> <p>(3) ให้ค่าจ้างและสวัสดิการแก่บุคลากรสูงกว่าคู่แข่ง</p>

## บทที่ 4

### การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด

#### 4.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

แผนธุรกิจนี้ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด เพื่อนำมากำหนดรูปแบบการให้บริการที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและนำมาใช้ในการจัดทำแผนการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม รวมไปถึงเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจโดยมีการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของลูกค้าในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ
- 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการของลูกค้าในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก
- 3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียน

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

#### 4.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จะทำการศึกษาในกลุ่มของผู้ปกครองที่เคยและไม่เคยส่งบุตรหลานเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนธุรกิจและเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

#### 4.3 วิธีการศึกษา

แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จะใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดของแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน 2559 โดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มีการเก็บไว้แล้ว เช่น บทความ งานวิจัย นักวิจัย วารสาร เอกสารตีพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น ที่มีการเผยแพร่และจัดทำในรูปแบบสถิติต่างๆ



2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการวิจัย 2 แนวทาง คือ

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire)

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

#### 4.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) แบบสอบถาม (Questionnaire)

ข้อมูลได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ปกครองที่มีบุตรหลานทั้งที่เรียนและไม่เรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ จำนวน 100 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ข้อมูลได้จากการเลือกผู้ปกครองที่มีบุตรหลานที่เรียนอยู่ในโรงเรียนเสริมทักษะจำนวน 10 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

#### 4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเลือกเครื่องมือในการศึกษาโดยแบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการสอบถามข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่ในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะมีการสอบถามถึงรายละเอียดที่มากกว่า และเหตุผลในแต่ละประเด็น โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและความต้องการของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก อาทิเช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ ทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย อาทิ เพศ สถานภาพ การศึกษา รายได้ จำนวนและอายุของบุตรหลานในความปกครองของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษา

ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเรียนและไม่เรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ พบว่า มีผู้ปกครองจำนวน 36.7% ที่เคยพาบุตรหลานไปเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ และมีผู้ปกครองจำนวน 63.3% ที่ไม่เคยพาบุตรหลานไปเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ ถูวิเคราะห์และสรุปผล ดังต่อไปนี้

### 4.6.1 พฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ

#### ความพึงพอใจในการใช้บริการ ฯลฯ

- ความถี่ในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ  
พบว่าผู้ปกครองส่งบุตรหลานไปเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ จำนวน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 44.4 และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 44.4
- ช่วงวันและเวลาในการเรียนเสริมทักษะ  
พบว่าวันที่มีนักเรียนนิยมไปเรียนมากที่สุด คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ คิดเป็น ร้อยละ 46.44 และ 28.57 ตามลำดับ และช่วงเวลาที่นักเรียนนิยมไปเรียนมากที่สุด ได้แก่ ช่วงบ่าย 13.00 ถึง 15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32 ช่วงเย็น 16.00 ถึง 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28 และช่วงสาย 10.00 ถึง 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24
- ประเภทของเสริมทักษะที่เรียน  
พบว่าผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะในหลากหลายประเภท แต่เสริมทักษะที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ เรียนเสริมภาษา ดนตรี และเชาว์ปัญญา ร้อยละ 34.78 15.21 และ 10.87 ตามลำดับ
- เหตุผลในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะต่างๆ  
พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการปลูกฝังให้บุตรหลานใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ฝึกทักษะในการพัฒนากล้ามเนื้อ และเสริมความสามารถพิเศษ
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ  
พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะต่างๆ อยู่ระหว่างราคา 500 ถึง 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และจะเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ราคาเหมาะสม ยอมรับได้ เพราะมีราคาใกล้เคียงกับสถาบันอื่นๆ แต่ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์บางกลุ่มมองว่า ราคาค่อนข้างสูง แต่ก็ยินดีที่จะจ่าย เพราะบุตรหลานได้รับการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน และทางสถาบันมีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานอย่างใกล้ชิด

- โฆษณาและการประชาสัมพันธ์

พบว่าผู้ปกครองรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากหลายแหล่ง แต่ส่วนใหญ่จะรู้จักจากญาติพี่น้อง เพื่อนๆ ลูกที่เคยเรียน เพื่อนๆ ผู้ปกครองด้วยกันแนะนำ Social Mediaต่างๆ และศึกษาด้วยตนเอง

- ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะ

พบว่าส่วนมากจะมีการตัดสินใจร่วมกัน โดยที่คุณพ่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือ บุตรหลาน และคุณแม่คิดเป็นร้อยละ 25 และ 28.13 ตามลำดับ

- เหตุผลในการเลือกโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันบุตรหลานเรียนอยู่

พบว่าสิ่งที่ทุกครอบครัวให้ความสำคัญมากที่สุด คือคุณภาพมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนที่ดี ทีมงานผู้สอนมีคุณภาพและจบจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ รวมถึงทีมงานมีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานเป็นอย่างดี อีกทั้งคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าเรียนที่เหมาะสมและสะดวกต่อการเดินทาง

- สิ่งที่น่าประทับใจ

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ประทับใจในเรื่องคุณภาพมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนที่ดี มีความสะดวกต่อการเดินทาง ทีมงานผู้สอนจบจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ และบุตรหลานมีการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

- สิ่งที่ไม่ประทับใจ

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่ประทับใจในราคาค่าเรียนที่แพง อีกทั้งทีมงานผู้สอนยังไม่มีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลาน เนื่องจากว่านักเรียนที่เรียนต่อครั้งมีปริมาณมากและคุณครูผู้สอนมีน้อย ส่งผลให้มีการดูแลที่ไม่ทั่วถึง

- สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติม

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้โรงเรียนมีดังต่อไปนี้

1. คุณครูผู้สอนควรมีการรายงานผลการเรียนของบุตรหลานในแต่ละครั้งที่เรียน
2. โรงเรียนควรมีการคัดเลือกคุณภาพและความพร้อมของนักเรียนก่อนเข้าเรียน เพื่อให้นักเรียนทุกคนที่เข้ามาเรียนมีพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน
3. คุณครูควรมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนให้มากกว่านี้
4. ในช่วงเวลาการเรียนการสอนหรือกิจกรรมต่างๆ ควรมีการส่งเสริมและสอดแทรกความรู้ด้านคุณธรรมและจริยธรรมเข้าไปด้วย

5. มีอุปกรณ์เสริมการพัฒนาการในด้านต่างๆ ของนักเรียน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การเรียนรู้ของประสาทสัมผัสทั้งห้า

6. ควรมีอาหารว่างให้นักเรียนในช่วงระหว่างพักชั่วโมงเรียน

7. ในกรณีที่นักเรียนไม่มามารถมาเรียนได้ในครั้งนั้นๆ สามารถขอขดเขยชั่วโมงเรียนได้

8. ทางโรงเรียนควรมีโปรแกรมชันและส่วนลดพิเศษให้แก่ นักเรียน อาทิเช่นนักเรียนเก่า แนะนำเพื่อน พี่เรียนน้องเรียน และเทศกาลโอกาสต่างๆ

9. มีวิดีโอหรือเอกสารประกอบการเรียนที่สามารถนำกลับมาทบทวนที่บ้าน

10. อยากรู้ให้บุตรหลานมีการพัฒนาการอย่างชัดเจนและสามารถให้เห็นผลได้อย่างรวดเร็ว

- การประเมินความพึงพอใจโดยรวมของโรงเรียนที่ปัจจุบันบุตรหลานเรียนอยู่พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ได้ประเมินความพึงพอใจโดยรวมสำหรับโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันเรียนอยู่อยู่ในระดับพึงพอใจค่อนข้างมาก

#### 4.6.2 ทักษะและความต้องการของผู้ปกครองในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

- ระดับความสำคัญของคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ร้อยละ 67.5 ให้ความสำคัญกับคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรในระดับมากที่สุด เพราะเป็นสิ่งแรกที่ใช้ในการพิจารณาการส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหาร โดยพิจารณาจากหลายๆ ด้าน เช่นคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตรที่มีหลักสูตรเหมาะสมสำหรับเด็ก มีส่วนช่วยในการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก อีกทั้งยังมีการส่งเสริมในเรื่องของโภชนาการสำหรับเด็ก คุณภาพของผู้สอน มีความน่าเชื่อถือ คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาด เป็นวัตถุดิบออร์แกนิก และปลอดภัย พิษ ตลอดจนการให้บริการของพนักงานต้องพูดจาดี มีใจรักในงานบริการและรักเด็ก มีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ล้วนเป็นความคาดหวังของผู้ปกครองที่จะคุ้มค่างบเงินที่ส่งบุตรหลานเข้ามาเรียน

- ระดับความสำคัญของชื่อเสียงของโรงเรียนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน สอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโรงเรียนในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 62 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 โดยมองว่าโรงเรียนควรจะเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีการแนะนำจากญาติพี่น้องหรือคนที่เคยไปเคยส่งบุตรหลานมาเรียน ที่สามารถ

ค้นคว้าหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ได้ซึ่งชื่อเสียงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานมาเรียน เพราะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพมาตรฐาน และการพัฒนาการในด้านต่างๆ ของบุตรหลาน

- ระดับความสำคัญของการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง รวมถึงความปลอดภัยในการเรียน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง อยู่ในระดับมากจนถึงมากที่สุด โดยร้อยละ 80 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และร้อยละ 20 ให้ความสำคัญในระดับมาก และให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการเรียนอยู่ในระดับมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 90 โดยมองว่าโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ควรมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึงมากเป็นพิเศษ เนื่องจากว่าโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนั้น เป็นโรงเรียนที่ส่งเสริมการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การฝึกและพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก การใช้องค์ความรู้ในด้านคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ร่วมด้วย พร้อมทำให้นักเรียนต้องมีการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นหากเป็นไปได้ควรเป็นโรงเรียนที่มีการสอนแบบกลุ่มเล็กๆ โดยใช้คุณครู 1 คนต่อนักเรียน 2-3 คน เพื่อการดูแลอย่างทั่วถึงใกล้ชิด และความปลอดภัยในการเรียน เพื่อให้ นักเรียนได้รับประสิทธิภาพการเรียนการสอนอย่างสูงสุด

- ระดับความสำคัญของราคาในการเรียน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ปกครองร้อยละ 90 ให้ความสำคัญกับราคาในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งราคาต้องเหมาะสมกับหลักสูตร คุณภาพของครูผู้สอน สิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียน วัสดุดิบที่นำมาใช้ในประกอบการเรียน และทำเลที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหาร แต่จะยอมจ่ายเพิ่มระดับเล็กน้อยถึงปานกลาง ถ้าโรงเรียนมีคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตร คุณภาพของ ครูผู้สอน และการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง ตลอดจนมีบรรยากาศการเรียนการสอนที่น่าสนใจ และการพัฒนาการของบุตรหลานที่เห็นผลได้อย่างชัดเจน

- ระดับความสำคัญองบรรยากาศและการตกแต่งโรงเรียน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการตกแต่งร้าน ในระดับปานกลางจนถึงมากโดยร้อยละ 48 ให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง และร้อยละ 40 ให้ความสำคัญในระดับมากโดยต้องมีบรรยากาศที่อบอุ่น สนุกสนาน เป็นกันเอง พนักงานและครูผู้สอน กล่าวทักทาย ยิ้มแย้ม พุดจาดี จำนักเรียนและผู้ปกครองได้ ในส่วนของการตกแต่งโรงเรียน ควรดึงดูดให้นักเรียนอยากเข้ามาเรียน มีความสะอาด มีกลิ่นหอมของอาหารและขนม ห้องเรียนมีขนาดกว้าง กำลังดี และมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก

- ระดับความสำคัญของทำเลที่ตั้งของโรงเรียน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทำเลของโรงเรียนในระดับมากจนถึงมากที่สุดโดยร้อยละ 48 ให้ความสำคัญในระดับมากและร้อยละ 50 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใจกลางเมืองใกล้สถานที่ตั้งของสถานศึกษา แหล่งชุมชน อยู่ในบริเวณที่สามารถเรียนพิเศษด้านอื่นๆ ได้ด้วย มีที่จอดรถ อีกทั้งต้องสะดวกต่อรถส่วนตัวและรถสาธารณะ

- ระดับความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 46 ให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในระดับมากและร้อยละ 30 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งควรมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การแจกแผ่นพับตามโรงเรียน ตามโรงพยาบาลคลินิกเด็กโฆษณาตามสวนสนุก และสถานที่ที่เด็กๆ ไปเรียนเสริมทักษะต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ Social Media ฯลฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รู้จักและอยากส่งบุตรหลานไปเรียน นอกจากนี้ก็ให้ความเห็นว่า ทางโรงเรียนควรมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ อาทิเช่น โปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ผ่าน SMS E-mail Social Network และทางโทรศัพท์ให้กับผู้ประกอบการอยู่เสมอ

- ระดับความสำคัญของเว็บไซต์ที่ให้รายละเอียดในเรื่องการเรียนการสอนที่ครบถ้วนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเรียนการสอนที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุดจนถึงมากที่สุด โดยร้อยละ 40 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และร้อยละ 50 ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม และรายละเอียดการเรียนการสอนจากเว็บไซต์ได้ตลอดเวลาอีกทั้งยังสามารถตรวจสอบวันและเวลาเรียนของบุตรหลานได้อย่างสม่ำเสมอ

- ระดับความสำคัญของโปรโมชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญของโปรโมชั่นอยู่ในระดับมากที่สุดจนถึงมากที่สุด โดยร้อยละ 60 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดและร้อยละ 35 ให้ความสำคัญในระดับมาก รายการส่งเสริมการขายที่ต้องการ อาทิเช่น การให้ส่วนลดค่าเรียนอย่างเหมาะสมในกรณีพิเศษ การแนะนำเพื่อนมาเรียน มีการสมัครเรียนมากกว่าหนึ่งโปรแกรม ให้นักเรียนเรียนฟรี 1 ครั้งในเดือนเกิด เป็นต้น

#### 4.6.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

- สัดส่วนเพศ  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 70 เป็นเพศหญิงและร้อยละ 30 เป็นเพศชาย
- สัดส่วนอายุ  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 26 ถึง 40 ปี โดยร้อยละ 30.6 มีอายุอยู่ในช่วง 31 ถึง 35 ปี และร้อยละ 22.4 มีอายุอยู่ในช่วง 26 ถึง 30 ปี และ 36 ถึง 40 ปี
- สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 60 มีสถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 46.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 38.8 มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือเทียบเท่า
- อาชีพ  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 42.9 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และร้อยละ 32.7 เป็นเจ้าของกิจการหรือมีธุรกิจส่วนตัว
- รายได้  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงมากกว่า 15,000 บาท โดยร้อยละ 24.5 มีรายได้ 15,000 ถึง 30,000 บาท ร้อยละ 18.4 มีรายได้ 30,001 ถึง 45,000 บาท ร้อยละ 10.2 มีรายได้ 45,001 ถึง 60,000 บาท ร้อยละ 10.2 มีรายได้ 60,001 ถึง 75,000 บาท ร้อยละ 8.2 มีรายได้ 75,001 ถึง 90,000 บาท ร้อยละ 30 มีรายได้มากกว่า 90,000 บาท ซึ่งสูงที่สุดจากทุกช่วงรายได้
- จำนวนของบุตรหลานของผู้ตอบแบบสอบถาม  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 67.3 มีบุตรหลานในการปกครอง 1 คน ร้อยละ 24.5 มีบุตรหลาน 2 คน และร้อยละ 8.2 มีบุตรหลานในการปกครองมากกว่า 2 คนขึ้นไป
- ความสัมพันธ์ของบุตรหลานที่อ้างอิงถึง  
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 67 เป็นบิดาและมารดา

#### 4.6.4 สรุปประเด็นสำคัญของผลการวิจัย

1. ผู้ปกครองเริ่มให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเรียนเสริมทักษะมากขึ้น  
จากการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ปกครองส่วนมากให้ความสำคัญในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ เนื่องจากว่า ในปัจจุบันมีค่านิยมในการเสริมการพัฒนาความรู้ในด้านต่างๆ ทั้งการเรียนภาษา เรียนดนตรี และเรียนเสริมเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้บุตร

หลานมีการพัฒนาการที่ดี มีความรู้ความสามารถพิเศษต่างๆ ไม่เพียงแต่ส่งเสริมความรู้ทางวิชาการ เท่านั้น ยังมีการเรียนป็นดิน เป็นการเรียนรู้เพื่อมีการพัฒนาการของกล้ามเนื้อมัดเล็ก ส่งผลให้เด็กๆ มีกล้ามเนื้อที่แข็งแรง จะได้จับดินสอถนัด มีน้ำหนัก อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้า โรงเรียน และสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับเพื่อนๆ ในวัยเดียวกันได้อีกด้วย

2. หลักสูตรการเรียนการสอนที่มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี และการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด เป็นสิ่งที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญ

พบว่า สิ่งที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ ได้แก่ หลักสูตรการเรียนการสอนที่มีคุณภาพมาตรฐานที่ดี และการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด เนื่องจากว่า หลักสูตรที่ดี ทีมงานผู้สอนมีคุณภาพ จะส่งผลให้นักเรียนมีการพัฒนาการในการเรียนที่ดี อย่างเห็นได้ชัด และหากผู้สอนมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง จะเสริมความมั่นใจให้แก่ผู้ปกครองได้ว่า ทางโรงเรียนใส่ใจในรายละเอียด และบุตรหลานจะได้รับการดูแลอย่างดี

3. ผู้ปกครองยินดีจ่ายในราคาที่สูงกว่า หากบุตรหลานมีการพัฒนาที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน

4. ผู้ปกครองส่วนใหญ่พานักเรียนไปเรียนเสริมทักษะต่างๆ ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์

เนื่องด้วย วันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นวันหยุดที่นักเรียนไม่ต้องไปโรงเรียน จึงมีเวลาที่จะไปเรียนเสริมทักษะ และหากิจกรรมต่างๆ ทำเพื่อเป็นการเสริมการพัฒนาการของเด็กในแต่ละช่วงวัย

5. ผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะต่างๆ ผ่านการแนะนำและประสบการณ์ตรงของบุคคลที่เคยเรียน

พบว่า จากการที่ผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะที่ใด ส่วนมากจะเป็นการรับฟังคำแนะนำจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่เคยเรียนมาก่อน และสื่อออนไลน์ต่างๆ

ดังนั้นจากการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ปกครองร้อยละ 15 ตัดสินใจส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กแน่นอน และผู้ปกครองส่วนใหญ่ร้อยละ 60 ตัดสินใจว่า อาจจะเรียน เนื่องจากว่ายังไม่ทราบรายละเอียดที่ชัดเจนของหลักสูตรแต่เชื่อว่าการเรียนทำอาหารนี้ เด็กๆ น่าจะชอบและเชื่อว่าเป็นการเสริมสร้างการพัฒนาการที่ดีของเด็กได้ในทุกด้าน และที่สำคัญมีการเน้นเรื่องของความปลอดภัยและมีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานอย่างใกล้ชิด จุดนี้เองเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองทุกท่านให้ความสำคัญ อีกทั้งยังมีการนำภาษาอังกฤษและภาษาจีน มาสอดแทรกเข้าไปในหลักสูตร ผู้ปกครองให้ความเห็นว่า สิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากเชื่อว่านักเรียนจะได้รับความรู้แบบซึมซับจากประสบการณ์ตรง อีกทั้งยังมีผู้ปกครองร้อยละ 20 ที่ยังไม่แน่ใจ



ว่าจะส่งบุตรหลานมาเรียนหรือไม่ เนื่องจากยังไม่ทราบถึงรายละเอียดของหลักสูตร ค่าใช้จ่าย วันเวลาที่เรียน แต่หากมีการเปิด ยังคงให้ความสนใจที่จะเข้าไปสอบถามข้อมูลและพาบุตรหลานมาทดลองเรียน



## บทที่ 5

### แผนการตลาด

#### 5.1 การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งส่วนทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จะใช้ลักษณะของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ สำหรับเด็กที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งเพื่อให้ง่ายต่อการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและช่วยให้สามารถตอบสนองได้ตามความต้องการของลูกค้า และจากการทำการวิจัยในบทที่ผ่านมา พบว่า ผู้ปกครองที่มีกลุ่มกำลังการจ่ายและมีความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนนั้น มีช่วงรายได้ตั้งแต่ 15,000-90,000 บาท และมากกว่า 90,000 บาทขึ้นไป โดยเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเมืองและเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ดังนั้น ทางโรงเรียนสามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งลูกค้าตามความสนใจในรายละเอียดจากประโยชน์ที่บุตรหลานจะได้ดังนี้

Intelligent Parents หมายถึง คุณพ่อคุณแม่ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความฉลาดในด้านสติปัญญาของลูกมาเป็นอันดับแรก โดยเน้นการเรียนรู้ต่างๆ ของลูกผ่านการเรียนในด้านวิชาการ การเรียนรู้ผ่านการศึกษาที่เป็นตัวอักษร เช่น การเรียนคณิตศาสตร์ การเรียนวิทยาศาสตร์ การเรียนภาษาต่างๆ รวมถึงการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของลูกน้อยจากสิ่งที่ได้ลงมือทำจริง รวมถึงการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ที่ลูกได้ใช้จินตนาการ เช่น การเรียนทำอาหาร การปั้นดิน การเรียนดนตรี เรียนร้องเพลง อีกทั้งในอนาคตยังสามารถเป็นความสามารถพิเศษได้อีกด้วย เพื่อสามารถที่จะตอบสนองความต้องการในเรื่องความฉลาดในการเรียนของลูกๆ ได้อย่างครบถ้วน ในทุกมิติ เช่น ความฉลาดด้านสติปัญญา ความฉลาดทางด้านอารมณ์ ความฉลาดในการปรับตัวเข้ากับสังคมและมีการพัฒนาการที่ดีไปตามแต่ละช่วงวัย โดยผู้ปกครองกลุ่มนี้จะไม่สนใจในเรื่องราคาของอัตราเรียนเท่าที่ควร เพราะขอแค่ให้ลูกฉลาด สนุก มีการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน มีความปลอดภัยในการทำกิจกรรม และมีการดูแลเอาใจใส่ลูกๆ อย่างใกล้ชิด ผู้ปกครองก็พร้อมที่จะยินดีจ่ายในอัตราค่าเรียนที่สูง และจะจัดโปรแกรมการเรียนเหล่านี้ให้อยู่ในกลุ่มพรีเมียม เพราะจะมีราคาสูง

Healthy Parents หมายถึง ผู้ปกครองที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพของลูกมาเป็นอันดับแรกๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเน้นเกี่ยวกับการบริโภค คุณค่าอาหารทางโภชนาการมีครบถ้วนหรือไม่ เนื่องจากว่าต้องการให้ลูกมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ มีการเจริญเติบโต และได้รับสารอาหารครบถ้วนตามช่วงวัย เพราะไม่ต้องการให้ลูกเจ็บป่วยง่าย หรือไม่แข็งแรง ภาวะการเจ็บป่วยนั้นนอกจากจะส่งผลให้ลูกสุขภาพไม่ดีแล้ว ยังทำให้ผู้ปกครองต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการรักษาอีกด้วย ซึ่งผู้ปกครองก็มักจะยอมจ่ายเงินเพื่อให้ลูกได้รับประทานอาหารที่มี

ประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อลูกได้รับรู้ถึงคุณค่าทางโภชนาการว่า สิ่งที่ถูกรับประทานอยู่นั้น มีประโยชน์อย่างไร ผู้ปกครองก็มีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ลูกมาเรียนด้วยเช่นกัน และจะจัดโปรแกรมการเรียนเหล่านี้ให้อยู่ในกลุ่มพรีเมียม เพราะจะมีราคาสูง เนื่องจากต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการสำหรับเด็กโดยเฉพาะ

Promotion Parents หมายถึง ผู้ปกครองที่เน้นในเรื่องกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาด มาเป็นอันดับแรก โดยหากทางโรงเรียนมีการนำประชาสัมพันธ์ลดราคาค่าเรียน หรือการแถมจำนวนครั้งที่เรียน ฟรีอุปกรณ์การเรียน ผู้ปกครองก็จะใช้เกณฑ์เหล่านี้ในการตัดสินใจเลือกส่งบุตรหลานมาเรียน โดยผู้ปกครองก็จะไม่ค่อยได้คำนึงถึงการพัฒนาการหรือประโยชน์ทางด้านสุขภาพที่ลูกจะได้รับเท่าที่ควร

## 5.2 การเลือกตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการพิจารณาถึงโอกาสในการสร้างยอดขาย พร้อมความสามารถของโรงเรียน รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ ผู้ปกครองที่มีอายุตั้งแต่ 26-40 ปี เป็นคนที่ชื่นชอบการใช้ชีวิตหรือการทำงานอยู่ในสังคมเมือง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มักจะเลือกโรงเรียนเสริมทักษะให้ลูกโดยดูจากประโยชน์ที่ลูกๆ จะได้รับ และยังเป็นกลุ่มที่มีความไวต่อราคาค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีความต้องการสินค้าและบริการจากโรงเรียนเสริมทักษะที่ดีที่สุดให้แก่ลูก โดยจะเน้นถึงคุณภาพของหลักสูตรโดยเฉพาะที่จะเน้นในเรื่องความฉลาดในด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ภาษา การช่างสังเกตและจดจำ รวมถึงการพัฒนากล้ามเนื้อมือมัดเล็กและระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า มีบุคลากรที่เป็นนักโภชนาการ และที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำ มีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานอย่างใกล้ชิด มีความปลอดภัยในการเรียน ประกอบกับความรู้และความสนุกสนานที่เด็กๆ จะได้รับ

อีกทั้งผู้ปกครองกลุ่มนี้จะมีการเลือกอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่คิดว่าดีและจะเป็นประโยชน์แก่บุตรหลานในอนาคตในเรื่องของการบริโภคที่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการที่ต้องการให้ลูกมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง โดยเชื่อว่า การปลูกฝังลักษณะนิสัยในการบริโภคที่ดี ควรฝึกตั้งแต่เล็ก หากผู้ปกครองกลุ่มนี้ได้พาบุตรหลานมาเรียน แล้วเกิดความสุขและรักที่จะทำอาหาร พร้อมทั้งบุตรหลานได้เลือกอาหารที่รับประทานจากคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าภาพลักษณ์ที่สวยงามแต่ไร้ซึ่งคุณค่าของสารอาหาร ก็จะส่งผลให้มีการส่งบุตรหลานเรียนต่อไปเรื่อยๆ เพราะยังสามารถเป็นความสามารถพิเศษที่สามารถประกอบอาชีพได้ในอนาคตอีกด้วย

ซึ่งหากทางโรงเรียนมีการวางแผนและมีหลักสูตรที่สามารถตอบโจทย์ผู้ปกครองกลุ่มนี้ได้ ก็จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการด้วยความประทับใจ อีกทั้งยังมีการแนะนำผู้อื่นอีกด้วย จึงส่งผลให้มีการใช้บริการอย่างยั่งยืน

### 5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” มีจุดเด่นในเรื่องของหลักสูตรที่มีมาตรฐาน และการดูแลเอาใจใส่เด็กอย่างใกล้ชิดในระดับพรีเมียมนั้น ทางโรงเรียนให้การใส่ใจในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการที่เด็กๆ จะได้รับ มีการฝึกพัฒนากล้ามเนื้อมือมัดเล็ก การพัฒนาของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า และมีทีมงานผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญจากด้านการทำอาหารจากสถาบันชื่อดัง อีกทั้งยังมีนักโภชนาการอาหารสำหรับเด็กที่เป็นผู้เขียนหลักสูตรและคอยให้คำแนะนำด้านโภชนาการต่างๆ ของเด็กในแต่ละช่วงวัยให้แก่ผู้ปกครองที่มีความสนใจ ทั้งนี้นอกจากจะเป็นเรื่องของการดูแลเอาใจใส่แล้ว ทางโรงเรียนก็ได้มีการส่งเสริมด้านภาษาที่จะสอดแทรกเข้าไปในการเรียนแต่ละครั้งเพื่อเสริมคำศัพท์ให้แก่เด็กๆ ในชีวิตประจำวันด้านการประกอบอาหาร รวมถึงมีการให้เด็กๆ ได้ลงมือทำจริง การชั่งวัดตวง ปริมาตร เพื่อให้เด็กๆ ได้เรียนรู้อัตราส่วนทางคณิตศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงสถานะของวัตถุเป็น การส่งเสริมให้เรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ จึงเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากโรงเรียนอื่นๆ และการตั้งราคา จะตั้งให้อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงเมื่อเทียบในตลาดโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จึงทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่าง กลุ่ม Intelligent Parents และกลุ่ม Healthy Parents สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ดังนั้น การวางตำแหน่งทางการตลาด จึงใช้จุดเด่นในเรื่องหลักสูตรและการดูแลเอาใจใส่เด็กในระดับพรีเมียม ทั้งยังมีการส่งเสริมความรู้ในหลากหลายมุมมอง ทั้งภาษาที่มีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน รวมถึงมีนักโภชนาการที่ประจำอยู่ที่ทางโรงเรียนเพื่อคอยให้คำปรึกษาและแนะนำ ตามรูปที่ 5.1 คุณภาพการให้บริการกับราคาเป็นตัวกำหนด



ภาพที่ 5.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของ A. Little Chef เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

จากการวางตำแหน่งทางการตลาดของ A. Little Chef พบว่า ได้วางตำแหน่งของคุณภาพของหลักสูตร ทีมงาน และการให้บริการ รวมถึงการดูแลเอาใจใส่นักเรียน สูงกว่าคู่แข่งทั้งหมด ตามเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ส่วนด้านราคาได้วางตำแหน่งต่ำกว่า A Little something ที่มีอัตราค่าเรียนที่ค่อนข้างสูง แต่ได้วางไว้ในตำแหน่งที่เหนือกว่า Cookcoool และ Play Chef ที่มีอัตราค่าเรียนในระดับปานกลาง เพราะ A. Little Chef ต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการคุณภาพของหลักสูตร ทีมงาน และการให้บริการรวมถึงการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ในระดับพรีเมียม แต่ยินดีที่จะจ่ายในอัตราค่าเรียนที่ไม่สูงจนเกินไป อย่างไรก็ตาม A. Little Chef ก็ได้วางตำแหน่งของราคาในระดับปานกลางจนถึงค่อนข้างสูง เนื่องจากมีต้นทุนของสถานที่ หลักสูตรการเรียนที่มีนักโภชนาการเป็นผู้ออกแบบ โปรแกรมการเรียน ทีมงานผู้สอนจบจากสถาบันที่มีชื่อเสียง มีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นออร์แกนิก รวมถึงให้ความสำคัญในการดูแลเอาใจใส่นักเรียนมากกว่า

## 5.4 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)

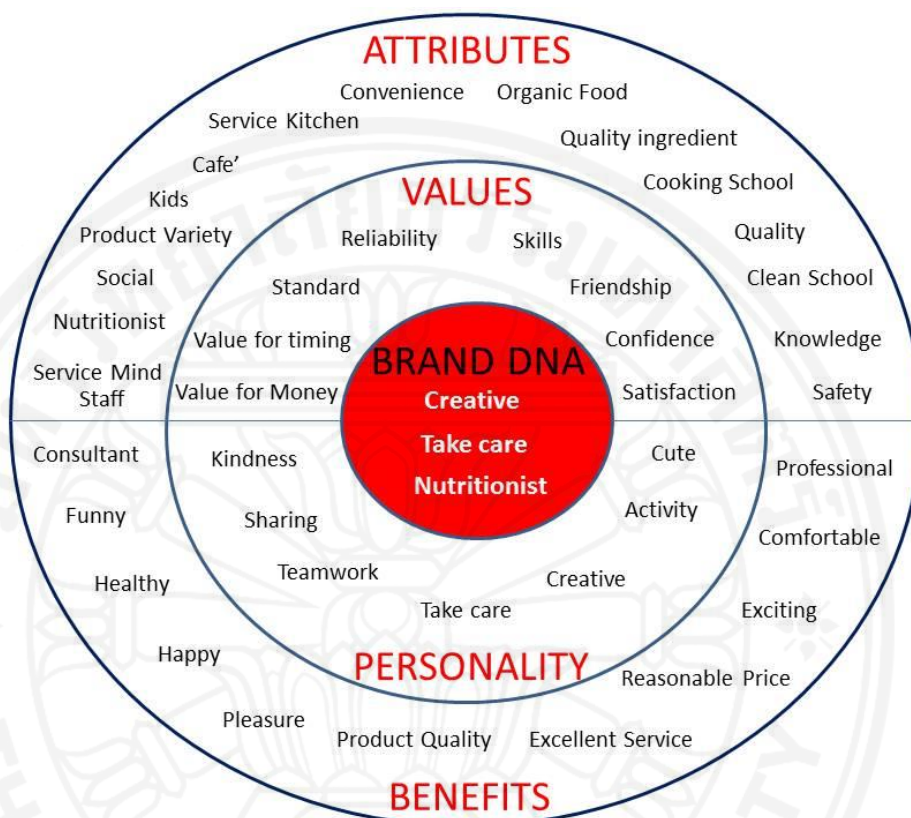
### 5.4.1 เป้าหมายระยะสั้น (Objectives)

- 1) ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และแข็งแกร่ง โดยการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของสินค้า (Brand Perceive) และความตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ให้เกิดกับลูกค้าร้อยละ 50 ของกลุ่มเป้าหมายภายในปีที่ 2
- 2) มุ่งมั่นในการพัฒนาและรักษาคุณภาพมาตรฐานการเรียนการสอนให้ได้ตามที่กำหนด เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียน โดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)
- 3) ให้โรงเรียนมีการสร้างรายได้มากกว่า 10,000,000 บาทภายในปีที่2 และมียอดนักเรียนมาเรียนให้เติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 10 ต่อปี ในปีถัดมา
- 4) สร้างกระแสและประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ให้มีการมาทดลองเรียนร้อยละ 20 ของกลุ่มเป้าหมาย

### 5.4.2 เป้าหมายระยะยาว (Goals)

- 1) สร้างความน่าเชื่อถือ ให้เป็นที่ยอมรับ และความเข้าใจของผู้ปกครองเกี่ยวกับการเรียนโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่ยอมรับและเข้าใจกระบวนการการเรียนการสอน และเคยทดลองพบบุตรหลานมาเรียน
- 2) ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และแข็งแกร่ง โดยการสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของสินค้า (Brand Perceive) และความตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ให้เกิดกับลูกค้าร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายภายในปีที่ 5
- 3) ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่เสมอทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนา หรือปรับเปลี่ยนหลักสูตรตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 4) สร้างและรักษายอดขายให้ได้ 25,000,000 บาทต่อปี
- 5) หลังจากปีที่ 5 เป็นต้นไป จะมีการขยายสาขาในกรุงเทพฯ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 6) เป็นผู้นำด้านโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กอันดับ 1 ของประเทศ

## 5.5 Brand



ภาพที่ 5.2 Brand DNA

### 5.5.1 Brand Attributes

- 1) Service Mind Staff พนักงานและทีมงานผู้สอนทุกคนมีใจรักในงานบริการ รักการสอนทำอาหาร รักเด็ก ผ่านการอบรมในเรื่องบุคลิกภาพและการให้บริการ มีความรู้ความสามารถ และมีการแก้ปัญหาได้อย่างมืออาชีพ
- 2) Nutritionist มีนักโภชนาการเป็นผู้ออกแบบหลักสูตรและให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการสำหรับเด็ก
- 3) Social เป็นเสมือนการพาเด็กๆ มาเข้าสังคมเพื่อพบปะเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน และผู้ปกครองก็สามารถสร้างเครือข่ายจากโรงเรียนได้ด้วยเช่นกัน
- 4) Product Variety มีหลักสูตรการเรียนและการบริการที่หลากหลาย
- 5) Kids เป็นโรงเรียนที่เปิดขึ้นสำหรับเด็ก
- 6) Cafe' มีร้านอาหารไว้บริการสำหรับนักเรียนและผู้ปกครองระหว่างรอเรียน

7) Service Kitchen มีห้องครัวให้เช่าไว้คอยบริการ สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจ ทำอาหารให้บุตรหลานระหว่างรอเรียน

8) Convenience มีความสะดวกสบายในการเดินทาง

9) Organic Food วัตถุดิบที่ใช้ในโรงเรียนเป็นวัตถุดิบออร์แกนิกและปลอดสารพิษทั้งหมด

10) Quality Ingredient วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ผ่านการคัดสรรเรื่องคุณภาพมาแล้วเป็นอย่างดี

11) Cooking School เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารที่มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี

12) Quality เป็นโรงเรียนที่ใส่ใจในคุณภาพของนักเรียนที่เข้ามาเรียน และมีการวัดผล ติดตามการพัฒนาการของนักเรียนอย่างใกล้ชิด

13) Clean School เป็นโรงเรียนที่มีการรักษาความสะอาด ให้ถูกต้องตามหลักสุขอนามัย มีการจัดเก็บอุปกรณ์อย่างเป็นระบบและระเบียบ

14) Knowledge นักเรียนที่เข้ามาเรียนจะได้รับความรู้มากมาย ทั้งในเรื่องการประกอบอาหาร ความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาต่างๆ และยังมีการสอนแทรกด้านคุณธรรมและจริยธรรม

15) Safety ในระบบการเรียนการสอนทุกระบวนการได้มีการเน้นเรื่องความปลอดภัยของนักเรียนมาเป็นอันดับแรก โดยทุกขั้นตอนที่ให้นักเรียนได้ลงมือทำ จะมีการดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อความปลอดภัยของนักเรียน

### 5.5.2 Brand Benefit

1) Consultant ผู้ปกครองจะได้รับคำแนะนำจากนักโภชนาการเกี่ยวกับโภชนาการและคุณค่าทางสารอาหารที่เหมาะสมสำหรับเด็กในแต่ละช่วงวัย

2) Funny ในการเรียนการสอนนักเรียนจะได้รับ ความสนุกสนานและเพลิดเพลินในการเรียน

3) Healthy อาหารที่สอนนักเรียนในแต่ละชั่วโมงจะไม่เน้นเพียงแค่รูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้น จะเน้นถึงสารอาหารที่จะช่วยให้เด็กๆ มีสุขภาพที่ดีด้วย

4) Happy นักเรียนและผู้ปกครองมีความสุขจากการเข้าเรียนและได้ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันในเทศกาลและโอกาสต่างๆ เมื่อจบการเรียนในแต่ละครั้ง นักเรียนจะได้อาหารหรือขนมที่ทำด้วยตัวเองในครั้งนั้นๆ กลับบ้านเพื่อไปโชว์ความสามารถให้ผู้ปกครองเห็นว่าบุตรหลานของท่านสามารถทำอาหารได้จริง



5) Pleasure เมื่อผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนแล้ว ก็จะเกิดความรู้สึกประทับใจทั้งในคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรและการดูแลเอาใจใส่ของครูผู้สอน รวมไปถึงบรรยากาศและประสบการณ์ที่เด็กได้เรียนรู้และลงมือทำอย่างแท้จริง

6) Product Quality หลักสูตรการเรียนการสอนมีคุณภาพมาตรฐานที่ดี

7) Excellent Service นักเรียนจะได้รับการดูแลเอาใจใส่จากครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด เสมือนเป็นคนในครอบครัวของครูผู้สอนเอง

8) Reasonable Price อัตราค่าเรียนมีความสมเหตุสมผลตามคุณประโยชน์และการพัฒนาการในด้านต่างๆ ที่นักเรียนจะได้รับ และมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบคุณภาพและราคาจากคู่แข่ง

9) Exciting ในการเรียนในแต่ละครั้ง นักเรียนจะได้เมนูอาหารที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละครั้งที่มาเรียน ทำให้นักเรียนรู้สึกตื่นเต้น ไม่รู้สึกซ้ำซากและจำเจ

10) Comfortable นักเรียนและผู้ปกครองสัมผัสได้ถึงความสะดวกสบายเมื่อเข้ามาในโรงเรียน

11) Professional การให้บริการอย่างมืออาชีพ เพราะทางโรงเรียนมีทีมผู้สอนที่จบจากสถาบันสอนทำอาหารที่มีชื่อเสียงมาคอยสอนและดูแลนักเรียนอย่างใกล้ชิด

### 5.5.3 Brand Value

1) Value for Money ประโยชน์ของการเรียน ไม่ว่าจะในเรื่องของหลักสูตร ทีมผู้สอน อุปกรณ์การเรียน วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานการบริการ รวมถึงการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่ดีเยี่ยมอย่างใกล้ชิด ทำให้ผู้ปกครองได้รับความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย

2) Value for timing เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากการเรียนทำอาหารนั้นเป็นการเรียนอย่างเดียวที่สามารถส่งเสริมการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้าได้ในเวลาเดียวกัน

3) Standard มีมาตรฐานต่างๆ ในเรื่องของคุณภาพหลักสูตร ทีมงานผู้สอน วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหาร

4) Reliability มีความเชื่อถือได้ในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานและการบริการ ทั้งทีมงานผู้สอน นักโภชนาการที่คอยให้คำปรึกษาที่มาจากการอบรมและมีการวัดผลการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

5) Skills นักเรียนที่เข้ามาเรียนจะได้รับการพัฒนาการในด้านทักษะต่างๆ อย่างครบถ้วน ทั้งในเรื่องของการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า การพัฒนากล้ามเนื้อมือมัดเล็ก

6) Friendship ได้รับมิตรภาพจากทั้งเพื่อนนักเรียน ผู้ปกครอง ทีมผู้สอน รวมถึงเจ้าหน้าที่พนักงานทุกคน

7) Confidence มีความมั่นใจในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานขอหลักสูตรที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ

8) Satisfaction นักเรียนและผู้ปกครองมีความพึงพอใจกับผลลัพธ์และการพัฒนาการของนักเรียนที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด พร้อมทั้งการดูแลเอาใจใส่นักเรียนจากทีมครูผู้สอน

#### 5.5.4 Brand Personality

- 1) Kindness ทีมผู้สอนและพนักงานที่ให้บริการมีจิตใจที่เมตตา และรักเด็ก
- 2) Sharing นักเรียนที่มาเรียนจะต้องรู้จักแบ่งปัน โดยครูผู้สอนจะคอยสอนให้นักเรียนแบ่งปันในเรื่องของการยึดอุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ
- 3) Teamwork การเรียนจะให้นักเรียนทำงานร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- 4) Take care ครูผู้สอนจะมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด
- 5) Creative ในการเรียนนักเรียนจะต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบ ตกแต่งอาหาร ในเมนูต่างๆ ในแบบฉบับของตัวเอง
- 6) Activity นักเรียนจะได้ร่วมกิจกรรมต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นเด็กกล้าคิด กล้าแสดงออก
- 7) Cute มีความน่ารัก สดใส สมวัย

#### 5.5.5 ตรายี่ห้อ (Brand Name)

A. Little Chef หมายถึง โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ที่มีคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรการเรียนทำอาหารสำหรับเด็ก โดยมีการออกแบบการเรียนการสอนและมีที่ปรึกษาและให้คำแนะนำจากนักโภชนาการอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะ รวมถึงการดูแลเอาใจใส่นักเรียนที่มาเรียนอย่างใกล้ชิด พร้อมกับการให้บริการอย่างครบวงจร ในระดับพรีเมียมทั้งในเรื่องของจำหน่ายวัตถุดิบ ออร์แกนิก มีครัวและร้านอาหารเอาไว้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

#### 5.5.6 ตราผลิตภัณฑ์ (Logo)



ภาพที่ 5.3 ตราผลิตภัณฑ์

### 5.5.7 Slogan

“เรียนรู้ผ่านการทำอาหาร พร้อมการดูแลอย่างใกล้ชิดจากมืออาชีพ”

“Learning by cooking”

## 5.6 การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

### 5.6.1 สินค้าและบริการ (Product and Service)

A. Little Chef เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ที่มีลักษณะโดดเด่นจากคู่แข่งในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตร ทีมผู้สอนที่จบจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ มีนักโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็กเป็นผู้ออกแบบหลักสูตร และคอยให้คำปรึกษาคำแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการต่างๆ ให้แก่ผู้ปกครอง มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด ใช้อุปกรณ์เครื่องครัวสำหรับเด็กโดยเฉพาะ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร เน้นเป็นวัตถุดิบออร์แกนิกและปลอดภัย

นอกจากนี้ทางโรงเรียนยังได้จัดมุมคาเฟ่ ซึ่งเป็นร้านอาหารสำหรับออร์แกนิกสำหรับเด็กและผู้ปกครองที่มานั่งรอระหว่างเข้าเรียน เพื่อความสะดวกสบาย

มากกว่านั้นยังมีการให้บริการห้องครัวให้เช่าเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองทำอาหารให้แก่บุตรหลานด้วยตนเอง พร้อมทั้งเป็นสังคมการแลกเปลี่ยนเรื่องโภชนาการสำหรับผู้ปกครองด้วยกันเองอีกด้วย โดยแต่ละบริการมีรายละเอียด ดังนี้

1) บริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็กจากนักโภชนาการ

2) โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

หลักสูตรที่เป็นการเรียนการสอนนั้นจะมีการแบ่งหลักสูตรออกตามช่วงอายุ โดยหลักสูตรที่ถือว่าเป็นจุดเด่นของโรงเรียนคือการที่มีนักโภชนาการสำหรับเด็กจากคณะสหเวชศาสตร์ สาขาวิชา นักโภชนาการและการกำหนดอาหารสำหรับเด็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ออกแบบหลักสูตรว่าในแต่ละช่วงวัยควรได้รับสารอาหารที่ส่งเสริมด้านใด และควรมีการพัฒนาการในแต่ละช่วงวัยอย่างไร พร้อมทั้งมีการส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ ทั้งในชีวิตประจำวัน ให้นักเรียนมีความรู้รอบตัวที่เพิ่มมากขึ้น เสริมและสอดแทรกความรู้ทางด้านภาษาทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษ รวมถึงด้านคุณธรรมและจริยธรรมอีกด้วย



ภาพที่ 5.4 โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

### 3) มุมบริการคาเฟ่

บริการคาเฟ่ เพื่อให้ผู้ปกครองที่พานักเรียนและนักเรียนที่มาเรียนมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันอย่างสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือพบปะพูดคุยกับผู้ปกครองที่พาบุตรหลานมาเรียนด้วยกัน ในบรรยากาศสบายๆ ระหว่างรอเรียน พร้อมทั้งมีบริการจำหน่ายอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มให้นักเรียนและผู้ปกครอง จะเปิดให้บริการในวันและเวลาทำการของทางโรงเรียน



ภาพที่ 5.5 มุมบริการคาเฟ่

#### 4) บริการห้องครัวให้เช่า

บริการห้องครัวให้เช่า จะเปิดให้บริการในวันและเวลาทำการตามปกติของทางโรงเรียน เพื่อให้ผู้ปกครองที่มานั่งรอลูกเรียน ไม่ว่าจะเรียนที่ทางโรงเรียนหรือเรียนที่สถาบันอื่นก็สามารถมาใช้บริการที่ห้องครัวของทางโรงเรียนได้เช่นกัน เพื่อให้ผู้ปกครองสามารถสร้างสรรค์รายการอาหารใหม่ๆ ให้แก่บุตรหลาน ที่อาจจะได้จากการแลกเปลี่ยนเมนูกันระหว่างผู้ปกครอง หรือทางโรงเรียนมีเมนูแนะนำ หรือมีกิจกรรมต่างๆ จากทางโรงเรียนให้นักเรียนและผู้ปกครองได้ทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว

โดยทางโรงเรียนมีวัตถุดิบออร์แกนิกและปลอดภัยไว้จำหน่ายเพื่อประกอบการปรุงอาหารได้ทันที



ภาพที่ 5.6 บริการห้องครัวให้เช่า

#### 5.6.2 ราคา (Price)

ด้วยเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ที่จะให้ผู้ปกครองและนักเรียนได้รับการเรียนการสอนและการบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ มีการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน มีการดูแลเอาใจใส่และให้บริการอยู่ในระดับพรีเมียม จึงเลือกใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามระดับราคาและคุณภาพ (Price-Quality Pricing Strategy) โดยเน้นไปที่กลยุทธ์คุณภาพเกินราคา (Good-Value Strategy) เพราะเนื่องจากว่าทางโรงเรียนยังเป็นโรงเรียนที่เป็นโรงเรียนเปิดใหม่ในตลาดและยังไม่ใช่ที่รู้จักอย่างแพร่หลายของกลุ่มลูกค้า จึงจะนำจุดเด่นในคุณภาพของหลักสูตรและทีมครูผู้สอนและการดูแลเอาใจใส่ให้นักเรียน รวมถึงการบริการในระดับพรีเมียม ด้วยราคาที่อยู่ใน

ระดับปานกลางที่จะสามารถดึงดูดให้ทั้งกลุ่มลูกค้าหลักและกลุ่มลูกค้ารองให้พบบุตรหลานมาใช้บริการ แล้วเมื่อเป็นที่รู้จักและเกิดความประทับใจในการเรียนและการให้บริการแล้ว ก็จะเป็นการแนะนำแบบปากต่อปากให้ผู้อื่นมาใช้บริการด้วย โดยมีอัตราค่าบริการ ดังนี้

1) บริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็กจากนักโภชนาการ

เป็นบริการที่ไม่คิดค่าใช้จ่าย เนื่องจากว่าทางโรงเรียนเน้นส่งเสริมให้นักเรียนมีโภชนาการที่ดี มีลักษณะนิสัยที่ดีในการเลือกรับประทานอาหาร รวมถึงรับรู้และรับทราบของประโยชน์ในอาหารที่รับประทาน

2) บริการสอนทำอาหารสำหรับเด็ก

#### ตารางที่ 5.1

##### อัตราค่าเรียนทำอาหาร

หลักสูตร	อายุ (ปี)	จำนวนเวลาที่เรียน (นาที)	อัตราค่าเรียน (บาท)/ครั้ง
Little Chef	3-5	60	700
Kids Chef	6-9	90	1,020
Pupil Chef	10-12	120	1,300

3) บริการคาเฟ่

บริการคาเฟ่เป็นการบริการที่ไม่ได้คิดค่าใช้จ่ายเนื่องจากว่าต้องเป็นสถานที่ที่ให้ผู้ปกครองและนักเรียนมานั่งรอรระหว่างมารอเรียน และต้องการที่จะให้เป็นพื้นที่ให้ผู้ปกครองและนักเรียนมานั่งพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน และยังมีบริการจำหน่ายอาหาร ขนม เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม ให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียนด้วย ในราคาตั้งแต่ 50-150 บาท

4) บริการห้องครัวให้เช่า

การบริการห้องครัวให้เช่าจะมีอุปกรณ์เครื่องครัวและเครื่องปรุงเอาไว้บริการเป็นการบริการที่ให้ผู้ปกครองที่บุตรหลานเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหาร A. Little Chef และไม่ได้เรียนที่โรงเรียน หากผู้ปกครองที่บุตรหลานไม่ได้เรียน จะมีอัตราค่าบริการที่สูงกว่า

## ตารางที่ 5.2

อัตราค่าบริการห้องครัวให้เช่า

ประเภท	1 ชั่วโมงแรก (บาท)	ชั่วโมงถัดไป (บาท)
ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเรียน	200	100
ผู้ปกครองที่ไม่มีบุตรหลานเรียน	300	100

## 5.6.3 สถานที่ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ และการตกแต่งของโรงเรียน (Place)

ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef ทางโรงเรียนของเราเน้นการให้บริการแบบมืออาชีพที่มีคุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตรที่ดี โดยมีนักโภชนาการเป็นผู้ออกแบบหลักสูตรและคอยให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้านโภชนาการสำหรับเด็ก ดังนั้นทางโรงเรียนจึงต้องเลือกทำเลที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปกครองที่จะพบุตรหลานมาใช้บริการ สามารถเรียนเสริมทักษะจากที่อื่นและมาเรียนทำอาหารต่อได้สะดวก รวมไปถึงความปลอดภัยในการเดินทางทั้งรถยนต์ส่วนตัว การเดินทางโดยรถสาธารณะ รถไฟใต้ดิน และสามารถสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียนได้อย่างดีที่สุด โดยสถานที่ตั้งของโรงเรียนจะตั้งอยู่ใจกลางเมืองที่ “จตุรัสจามจุรี” อยู่ติดกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่เห็นๆ ส่วนใหญ่ใฝ่ฝันที่จะเรียน และในบริเวณใกล้เคียงมีโรงเรียนในระดับอนุบาลและประถมศึกษาเป็นจำนวนมาก

บรรยากาศและการตกแต่งร้านจะเน้นการตกแต่งโดยใช้สีสันที่หลากหลาย เพื่อให้เด็กๆ ที่มาเรียนไม่รู้สึกถึงความเป็นโรงเรียน เปรียบเสมือนว่าเด็กๆ มาเที่ยวและมาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน



ภาพที่ 5.7 ที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef “จตุรัสจามจุรี”

#### 5.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นทางโรงเรียนจึงมุ่งเน้นที่จะสื่อสารในเรื่องของตราสินค้าไปยังผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้ปกครองเกิดความคุ้นเคย รับรู้ จดจำ และเชื่อมั่นในตราผลิตภัณฑ์ A. Little Chef ว่าเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กที่มีคุณภาพมาตรฐานหลักสูตรที่ดี มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิด และการพัฒนาการที่ดีขึ้นของบุตรหลาน รวมไปถึงการเสริมสร้างคุณลักษณะนิสัยที่ดีในการบริโภคอาหาร และไว้วางใจได้ในคุณภาพที่เกินราคา

หลักการตลาดที่มีลูกค้าเป้าหมายหลักหรือเป็นศูนย์กลางในการวางแผนกลยุทธ์ ที่ต้องอาศัยความเข้าใจความต้องการของลูกค้าจะสามารถช่วยให้ธุรกิจของโรงเรียนประสบความสำเร็จและรักษาลูกค้าได้ในระยะยาว คือ การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication; IMC) หรือที่เรียกว่า การสื่อสารทางการตลาด 360 องศา จากการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาด พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 26-40 ปี และด้วยพฤติกรรมรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต กล่าวคือ มีการรับสารและศึกษาหาข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต และ Social Media มากขึ้น ทางโรงเรียนจึงจะเน้นการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ และ โปรโมชันต่างๆ ผ่านทางช่องทางนี้เป็นหลัก อาทิเช่น เว็บไซต์ของโรงเรียน, เว็บไซต์สมาคมแม่และเด็ก, เว็บไซต์ถามครู, Pantip, Search Engine, Facebook, Line, Instagram, Pageต่างๆ เป็นต้น เพราะเป็นวิธีที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย มากกว่านั้นทางโรงเรียนก็จะยังให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง SMS ป้ายโฆษณา แผ่นพับ และการบอกแบบปากต่อปากจากคนรู้จักเพื่อเป็นการแนะนำให้รู้จักโรงเรียนมากขึ้น เพราะจากการศึกษาด้วยตลาด พบว่า ผู้ปกครองจำนวนมากที่รู้จักและเลือกโรงเรียนให้บุตรหลานจากการสื่อสารผ่านทางช่องทางต่างๆ เหล่านี้ อย่างไรก็ตามทางโรงเรียนก็จะทำการประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ลงโฆษณาในหนังสือหรือนิตยสารต่างๆ นิตยสารแม่และเด็ก รวมถึงการออกอีเวนต์งานต่างๆ ตามโรงเรียน โรงพยาบาลเด็ก ขึ้นอยู่กับโอกาสและความเหมาะสม

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef มีพันธกิจที่จะให้ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานมาเรียนแล้วเกิดความประทับใจแล้วกลับมาใช้บริการอีก อีกทั้งยังบอกต่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้แก่ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนรู้จัก ให้มาสัมผัสความประทับใจในการดูแลเอาใจใส่และคุณภาพหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถทำให้นักเรียนมีการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยสิ่งเหล่านี้จึงทำให้สามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเดิมไว้ได้ ด้วยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เช่น การแนะนำนักเรียนใหม่เข้ามา นักเรียนใหม่จะได้เรียนฟรี 1 ครั้ง และนักเรียนเก่าที่แนะนำก็จะได้รับฟรีเพิ่ม 1 ครั้ง เช่นกัน เป็นต้น



นอกจากนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและต้องการให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว จะมีการจัดโปรโมชั่นให้นักเรียนใหม่สามารถทดลองเรียนได้ฟรี 1 ครั้ง หากเรียนแล้วนักเรียนพึงพอใจที่ประสงค์จะสมัครเรียนต่อ จะได้รับส่วนลดพิเศษทันที

### 5.6.5 บุคลากร (People)

จากการศึกษาการตลาด พบว่า บุคลากรมีความสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนี้ เพราะว่าหากครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการสอนทำอาหาร แล้วยังมีใจรักเด็ก รักในการสอนและการบริการ ยิ้มแย้ม แจ่มใส อารมณ์ดี เป็นมิตร เป็นกันเอง อีกทั้งยังมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นอย่างดีก็จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ปกครองและนักเรียนที่มาใช้บริการ และอยากที่จะกลับมาเรียนอีก แต่ในทางตรงกันข้าม หากโรงเรียนไม่มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง ก็จะทำให้ผู้ปกครองเกิดความไม่ประทับใจและตัดสินใจไม่กลับมาใช้บริการอีกเช่นกัน ดังนั้น การสร้างวัฒนธรรมในองค์กร การคัดสรรบุคลากร การอบรมบุคลากรในหลักสูตรต่างๆ ก็เป็นสิ่งจำเป็นและต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

มากกว่านั้นการที่มีนักโภชนาการคอยให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับด้านโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็ก จะช่วยให้ได้รับรู้ถึงปัญหาและหาทางแก้ไขเกี่ยวกับอุปนิสัยการบริโภคของเด็กได้อย่างถูกต้อง และยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ปกครองที่จะพาบุตรหลานมาเรียนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ซึ่งการบริการนี้ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้ปกครองอยากพานักเรียนมาเรียนมากขึ้นด้วยเช่นกัน

### 5.6.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

ความเชื่อมั่นในคุณภาพการเรียนการสอนของโรงเรียนถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ดังนั้นทางโรงเรียนจึงต้องแสดงให้เห็นถึงการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความชัดเจน ความมีมาตรฐาน และความเป็นมืออาชีพในการให้บริการและแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

### 5.6.7 กระบวนการ (Process)

#### 1) การจัดการด้านบริหาร

ทางโรงเรียนมีพันธกิจที่จะทำให้ผู้ปกครองเกิดความประทับใจสูงสุดในเรื่องว่าจะเป็นโรงเรียนที่คำนึงถึงประโยชน์ ความรู้ พร้อมทั้งสุขภาพที่ดี รวมถึงการดูแลและให้บริการนักเรียนในระดับฟรีเมียม ดังนั้น จึงต้องมีกฎระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจน และให้ทุกคนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด แสดงถึงการให้บริการที่มีมาตรฐาน

#### 2) การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

มีการคัดสรรบุคลากรที่ดี กล่าวคือ ทีมครูผู้สอน นอกจากจะจบด้านการเรียนสอนทำอาหารจากสถาบันที่มีชื่อเสียง ความรู้ ความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแล้วนั้น



## ตารางที่ 5.4

## สรุปงบประมาณทางการตลาด

งบการตลาด	บาทต่อปี
ค่าใช้จ่ายสำหรับงานเปิดตัวโรงเรียน (1ครั้ง ปีแรกเท่านั้น)	80,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำ Search Engine ต่างๆ	40,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำ Website และโฆษณาบน Social Media	150,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการแจ้งโปรโมชั่นผ่าน SMS	5,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์	20,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการออกบูธตามโรงเรียนและงานอีเวนต์ต่างๆ	150,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)	10,000
ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง	100,000
<b>รวม</b>	<b>555,000</b>

## บทที่ 6

### แผนการดำเนินงาน

A. Little Chef เป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ซึ่งมีการให้บริการตั้งแต่การสอนทำอาหารเด็กที่เน้นการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆ ที่มีนักโภชนาการคอยให้คำปรึกษาและแนะนำในด้านโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะ รวมไปถึงมีการจำหน่ายอาหาร วัตถุดิบออร์แกนิก ตลอดจนบริการห้องครัวให้เช่า ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีสินค้าอยู่ 2 ส่วนหลักๆ นั่นก็คือ ตัวสินค้าและบริการที่ธุรกิจจะสามารถดำเนินไปด้วยความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้อง บริหารและจัดการทั้ง 2 ส่วนนี้ควบคู่ไปด้วยกัน ตามนโยบายของบริษัทที่ตั้งเอาไว้ซึ่งต้องอาศัยการทำงานประสานกันของบุคลากรในองค์กรที่มีความเข้าใจถึงเป้าหมายสูงสุดขององค์กร และมีความพร้อมที่จะทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุผลสำเร็จ ดังนั้นแผนการดำเนินงานจำเป็นต้องมีความครอบคลุมทั้งในด้านการจัดการภายในและระหว่างองค์กร

#### 6.1 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน (Operation Strategy)

เนื่องจากว่าธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กนั้น ประกอบกิจการ 2 ประเภทหลักๆ คือ เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก และ ธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายอาหารและให้เช่าห้องครัว ดังนั้น การดำเนินการจดทะเบียนต้องประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

##### 6.1.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนในการเปิดโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

###### 6.1.1.1 ทำการเขียนหลักสูตรและส่งหลักสูตรไปยังกระทรวงศึกษาธิการ

เพื่อทำการตรวจสอบ และเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาร่วมพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของหลักสูตร โดยหลักสูตรของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef นั้น เป็นหลักสูตรประเภทสร้างเสริมทักษะชีวิต เป็นโรงเรียนที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เสริมสร้างความคิด เชาวน์ปัญญา และทักษะอื่น หากคณะกรรมการมีความเห็นชอบในหลักสูตร ปลัดกระทรวงศึกษาธิการจึงจะทำการอนุมัติหลักสูตร จากนั้นจึงนำหลักสูตรที่ได้รับการอนุมัติมาทำการจัดตั้งเป็นโรงเรียนนอกระบบต่อไป

###### 6.1.1.2 ขั้นตอนการขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

การยื่นคำขอจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบตามกฎหมายกระทรวง การขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ พ.ศ. 2555 โดยผู้ขอรับใบอนุญาตต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน ยื่นคำขอตามแบบ สข. ๕ ทำายกฎกระทรวงดังกล่าว พร้อมกับรายละเอียดเกี่ยวกับ

กิจการของโรงเรียนนอกระบบ ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 121 ซึ่งกำหนดว่าอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ชื่อ ประเภท และลักษณะของโรงเรียนนอกระบบ
2. ที่ตั้ง และแผนผังแสดงบริเวณและอาคารของโรงเรียนนอกระบบ
3. หลักสูตร วิธีการเรียนการสอน และการวัดและประเมินผล
4. หลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่น

รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการเพิ่มค่าธรรมเนียมดังกล่าว

5. ตราของโรงเรียนนอกระบบ
6. ระเบียบการของโรงเรียนนอกระบบ
7. ความจุนักเรียนสูงสุดของโรงเรียนนอกระบบต่อรอบ
8. ขนาดพื้นที่ใช้สอยของโรงเรียนนอกระบบ
9. จำนวนห้องเรียนพร้อมระบุขนาด ห้องประกอบ และความจุนักเรียน

ต่อห้อง

#### การปฏิบัติ

##### สถานที่ยื่นคำขอ

- ให้ยื่นที่กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษา

เอกชน

##### อำนาจการอนุญาต

- กรุงเทพมหานคร เป็นอำนาจของเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริม

การศึกษาเอกชน

##### แนวทางการพิจารณาการขอจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบและ

ข้อเสนอแนะ

การขอจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบให้พิจารณาดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ

ดังนี้

1. ผู้ขอรับใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียน  
บุคคลธรรมดา ต้องมีคุณสมบัติตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติ

โรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550

2. ชื่อ ประเภท และลักษณะของโรงเรียนนอกระบบ

ชื่อโรงเรียน จะต้องเป็นไปตามกฎกระทรวงการขอรับใบอนุญาตให้

จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ พ.ศ. 2550

ประเภทและลักษณะของโรงเรียนนอกระบบ จะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับประกาศ

คณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เรื่อง การกำหนดประเภทและลักษณะของโรงเรียนการจัดการเรียนการสอน และหลักสูตรของโรงเรียนนอกระบบ ประกาศ ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

### 3. อาคาร สถานที่

1) อาคารเป็นเอกเทศหรือกรณีเป็นอาคารร่วมต้องแยกเป็นสัดส่วนไม่ปะปนกับกิจการอื่น เป็นอาคารที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างหรือต่อเติมอาคารจากทางราชการให้ใช้เป็นอาคารเรียนเพื่อการศึกษา และต้องจัดมาตรการป้องกันอัคคีภัยในโรงเรียน

2) พื้นที่ใช้สอยบริเวณโรงเรียนที่เปิดสอนแต่ละประเภท กรณีที่เปิดสอนหลักสูตรที่มีระยะเวลาเรียนไม่เกิน 6 เดือน และไม่เกิน 600 ชั่วโมง ต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร หลักสูตรที่เปิดสอนมีระยะเวลาเรียนเกิน 6 เดือน หรือไม่เกิน 1 ปี และไม่เกิน 1,200 ชั่วโมง ต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร ยกเว้นประเภททวิชาที่มีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร

3) กรรมสิทธิ์ในอาคารที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนต้องเป็นของผู้ขอจัดตั้งหรือผู้ขอจัดตั้งมีสิทธิครอบครองโดยการเช่าซึ่งต้องมีระยะเวลาการเช่าไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยกำหนดวัตถุประสงค์การเช่าเพื่อใช้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

4) ห้องเรียนภาคทฤษฎี ให้คำนวณความจุ้นักเรียนไม่น้อยกว่า 1 ตารางเมตรต่อนักเรียนหนึ่งคน

5) ห้องเรียนภาคปฏิบัติ ให้คำนวณความจุ้นักเรียนไม่น้อยกว่า 1.5 ตารางเมตรต่อนักเรียนหนึ่งคน

6) ห้องประกอบต้องมีห้องธุรการหรือห้องพักรูหรือผู้สอนพื้นที่หรือห้องพักผ่อนสำหรับนักเรียน ห้องส้วมแยกชายและหญิงแยกเป็นสัดส่วน และห้องประกอบอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

### 4. หลักสูตร

1) การจัดทำหลักสูตรต้องจัดทำตามรูปแบบหลักสูตรของโรงเรียนนอกระบบที่กำหนดและจัดทำเป็นภาษาไทย

#### 2) ลักษณะหลักสูตร

หลักสูตรที่นำมาจากหน่วยงานอื่นทั้งในและต่างประเทศ หลักสูตรที่โรงเรียนจัดทำขึ้นเอง หลักสูตรที่โรงเรียนจัดทำขึ้นร่วมกับโรงเรียนอื่นหรือหน่วยงานอื่น ซึ่งต้องได้รับอนุมัติให้ใช้หลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ

### 3) การพิจารณาอนุมัติหลักสูตร

กระทรวงศึกษาธิการได้มอบอำนาจการพิจารณาอนุมัติหลักสูตรโรงเรียนนอกระบบ ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ประเภทศิลปะและกีฬา ประเภทวิชาชีพและประเภทสร้างเสริมทักษะชีวิต ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้อนุมัติหลักสูตรของโรงเรียนนอกระบบ ที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัด ตามคำสั่งกระทรวงศึกษาธิการ ที่ สป. 2552/675 สังกัด วันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2552 และการดำเนินการพิจารณาอนุมัติหลักสูตรให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์แนบท้ายคำสั่ง ดังกล่าว ทั้งนี้จะต้องประทับตรา พร้อมลายมือชื่อในหลักสูตรทุกแผ่นที่พิจารณาอนุมัติหลักสูตรให้โรงเรียนนำไปใช้สอนได้

### 5. สื่อ อุปกรณ์การเรียนการสอน และสถานที่ฝึกปฏิบัติ

การจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนนอกระบบสำหรับห้องเรียนภาคทฤษฎีต้องปฏิบัติ

1) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้ครูหรือผู้สอน ต้องมีจำนวนนักเรียนไม่เกินสี่สิบห้าคนต่อห้องเรียน

2) การจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อการเรียนการสอน ต้องมีจำนวนนักเรียนไม่เกินเก้าสิบคนต่อห้องเรียน และต้องมีเจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและควบคุมการใช้สื่อการเรียนการสอนอย่างน้อยหนึ่งคน

3) การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการโดยมีทั้งครูหรือผู้สอนและสื่อการเรียนการสอน ในกรณีที่มีนักเรียนเกินเก้าสิบคน ต้องมีเจ้าหน้าที่ประจำห้องเรียนทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยและควบคุมการใช้สื่อการเรียนการสอนอย่างน้อยหนึ่งคน

6. หลักเกณฑ์การกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าธรรมเนียมอื่นและการเพิ่มค่าธรรมเนียม

พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 และมาตรา 125 บัญญัติว่าการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นในโรงเรียนนอกระบบต้องไม่มีลักษณะเป็นการแสวงหากำไรเกินควร เมื่อคำนึงถึงคุณภาพมาตรฐานการศึกษาและสิทธิประโยชน์ที่นักเรียนได้รับ

ดังนั้น นับตั้งแต่พระราชบัญญัติดังกล่าวมีผลใช้บังคับ โรงเรียนนอกระบบไม่ต้องขออนุญาตเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นเหมือนที่เคยปฏิบัติมาก่อน โรงเรียนเป็นผู้กำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นและการเพิ่มค่าธรรมเนียม

#### นิยามศัพท์

“ค่าธรรมเนียมการศึกษา” หมายความว่า เงินที่โรงเรียนเรียกเก็บจากผู้ปกครองและหรือนักเรียนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดการศึกษา ค่าตอบแทนผู้สอนที่มีความรู้และความสามารถที่ดีและค่าใช้จ่ายอื่น รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขยายกิจการและผลตอบแทน

“ค่าธรรมเนียมอื่น” หมายความว่า เงินที่โรงเรียนเรียกเก็บจากผู้ปกครองและหรือนักเรียน เป็นค่าบำรุงและค่าบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษา

“ผลตอบแทน” หมายความว่า ผลประโยชน์ของโรงเรียนที่ได้มาจากการดำเนินกิจการ เท่ากับผลต่างของรายได้กับค่าใช้จ่ายของโรงเรียนเป็นรายปี

“อัตราผลตอบแทน” หมายความว่า ร้อยละของผลตอบแทนเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายของโรงเรียนเป็นรายปี

“ค่าใช้จ่ายของโรงเรียน” หมายความว่า ค่าใช้จ่ายลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการของโรงเรียน

#### แนวทางการคิดคำนวณค่าธรรมเนียมการศึกษาให้ดำเนินการ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายของโรงเรียน (รายปี) ซึ่งประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการ
  - 1.1 ค่าใช้จ่ายลงทุน ประกอบด้วย อาคาร/สิ่งก่อสร้างและครุภัณฑ์
    - 1) อาคารสิ่งก่อสร้าง คำนวณค่าเสื่อมราคาโดยคิดค่าเสื่อมราคาปีละ 5% ของมูลค่าอาคาร/สิ่งก่อสร้าง (อาคาร/สิ่งก่อสร้างที่ใช้งานเกิน 20 ปี แล้วไม่ต้องนำมาคิดค่าเสื่อมราคา)
    - 2) ค่าครุภัณฑ์ ให้คำนวณค่าเสื่อมราคาโดยคิดค่าเสื่อมราคาปีละ 20% ของมูลค่าครุภัณฑ์เป็นเวลา 5 ปี ครุภัณฑ์ที่ใช้มาแล้วเป็นเวลานานเกิน 5 ปี แล้วไม่ต้องนำมาคิดค่าเสื่อมราคา
  - 1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ได้แก่ ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าอาคาร เงินเดือนบุคลากร ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าวัสดุฝึก และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาตลอดปีการศึกษา
2. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณได้ในข้อ 1 มาคำนวณหาผลตอบแทนตามที่โรงเรียนคาดว่า จะรับ ทั้งนี้อัตราผลตอบแทนของโรงเรียนไม่น่าจะเกิน 20 % (โดยเทียบเคียงเช่นเดียวกับโรงเรียนในระบบ)
3. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณได้ในข้อ 1 รวมกับผลตอบแทนที่คำนวณได้ในข้อ 2
4. นำผลรวมในข้อ 3 หาดด้วยจำนวนนักเรียนผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา



### แนวทางการคิดคำนวณค่าธรรมเนียมอื่น

ในการคำนวณค่าธรรมเนียมอื่น โรงเรียนต้องคำนวณค่าใช้จ่ายของการจัดบริการ ที่โรงเรียนจัดเพิ่มเติมโดยคำนวณหาค่าใช้จ่ายลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการ

1. ค่าใช้จ่ายของโรงเรียน (รายปี) ซึ่งประกอบด้วย
  - 1.1 ค่าใช้จ่ายลงทุน
  - 1.2 ค่าใช้จ่ายดำเนินการ
2. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณได้ในข้อ 1 มาคำนวณหาผลตอบแทน
3. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณได้ในข้อ 1 รวมกับผลตอบแทนที่คำนวณได้ใน

ข้อ 2

4. นำผลรวมในข้อ 3 หาดด้วยจำนวนนักเรียนผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นอัตรา

ที่โรงเรียนขอเก็บ

### แนวทางการคิดคำนวณการเพิ่มค่าธรรมเนียมการศึกษา

1. ค่าใช้จ่ายของโรงเรียนที่ลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มเติม

ฯลฯ

อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา

2. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณจากต้นทุนเดิม รวมค่าใช้จ่ายที่เพิ่มในข้อ 1
3. นำค่าใช้จ่ายจากการคำนวณในข้อ 2 มาคำนวณหาผลตอบแทน
4. นำค่าใช้จ่ายที่คำนวณได้ในข้อ 2 รวมกับผลตอบแทนที่คำนวณได้ใน

ข้อ 3

ค่าธรรมเนียมการศึกษา

7. โครงการจัดตั้งโรงเรียน พิจารณารายละเอียดประกอบการดำเนิน

กิจการโรงเรียนและการกำหนดหลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียมการศึกษา

8. ด้านเอกสาร

ผู้ขอรับใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียนต้องยื่นเอกสาร ดังนี้

- 8.1 คำขอจัดตั้งโรงเรียนพร้อมเอกสารประกอบของผู้ขอจัดตั้ง

- 1) คำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ (สช.๕)

- 2) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรอื่นที่ใช้แทนบัตร  
ประจำตัวประชาชน
- 3) สำเนาหลักฐานการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 4) รูปถ่ายหน้าตรง ขนาด 2 นิ้ว รวม 2 รูป (กรณีผู้รับใบอนุญาต

เป็นบุคคลธรรมดา)

5) หนังสือแจ้งการอนุมัติให้ใช้หลักสูตรจากกระทรวง  
ศึกษาธิการ หรือหนังสือยินยอมให้ใช้หลักสูตรจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ได้รับอนุมัติให้ใช้  
หลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ

6) สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน  
หรือสำเนาสัญญาเช่าอาคารที่มีกำหนดเวลาเช่า ไม่น้อยกว่าสามปี ที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

7) สำเนาใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ดัดแปลงอาคาร หรือ  
เคลื่อนย้ายอาคาร หรือสำเนาใบอนุญาตเปลี่ยนการใช้อาคารที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

8) โครงการจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ จำนวน 2 ชุด

8.2 รายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนนอกระบบ จำนวน 2  
ชุด ซึ่งตามมาตรา 121กำหนดให้มีรายการดังต่อไปนี้

- 1) ชื่อ ประเภท และลักษณะของโรงเรียนนอกระบบ
- 2) ที่ตั้ง และแผนผังแสดงบริเวณและอาคารของโรงเรียน  
นอกระบบ

3) หลักสูตร วิธีการเรียนการสอน และการวัดและประเมินผล

4) หลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียม  
อื่น รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการเพิ่มค่าธรรมเนียมดังกล่าว

5) ตราของโรงเรียนนอกระบบ

6) ระเบียบการของโรงเรียนนอกระบบ

7) ความจุนักเรียนสูงสุดของโรงเรียนนอกระบบต่อรอบ

8) ขนาดพื้นที่ใช้สอยของโรงเรียนนอกระบบ

9) จำนวนห้องเรียนพร้อมระบุขนาด ห้องประกอบ และ

ความจุนักเรียนต่อห้อง

9. ตรวจสอบเอกสารประกอบการพิจารณาครบถ้วนถูกต้องและตรวจ  
พิจารณาอาคารสถานที่ ห้องเรียน ห้องประกอบ สื่อ เครื่องมืออุปกรณ์การเรียนการสอน ให้เป็นไป  
ตามกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง สรุปรายงานเสนอผู้มีอำนาจอนุญาต เพื่อพิจารณาอนุญาตให้จัดตั้ง  
โรงเรียน และรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการโรงเรียน โดยให้ผู้อนุญาตประทับตราเครื่องหมายราชการ

ของส่วนราชการผู้อนุญาตไว้มุมล่างด้านขวาทุกแผ่น ผู้อนุญาตลงชื่อกากับทุกแผ่น และประทับตราของโรงเรียนนอกระบบไว้มุมล่างด้านซ้ายทุกแผ่นด้านขวาของรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการโรงเรียน และลงนามในใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน พร้อมส่งสำเนาใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนและรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

### การยื่นคำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

ในการพิจารณาการยื่นคำขอจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติและตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารที่ยื่นประกอบการพิจารณาดังนี้

#### คุณสมบัติผู้รับใบอนุญาต

กรณีผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นบุคคลธรรมดาต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ตามมาตรา 21 ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ดังต่อไปนี้

- 1) มีสัญชาติไทย
- 2) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- 3) สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 4) มีความประพฤติเรียบร้อยไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดี
- 5) เลื่อมใสในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์

ทรงเป็นประมุข

- 6) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 7) ไม่เคยถูกออกจากราชการโดยมีความผิด เว้นแต่ได้ถูกออกจากราชการมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ
- 8) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน เว้นแต่ได้ถูกเพิกถอนใบอนุญาตดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ
- 9) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- 10) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกและได้พ้นโทษมาแล้วไม่ถึงห้าปีก่อนวันขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนในระบบ เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

#### เอกสารประกอบการพิจารณา

เอกสารประกอบการพิจารณาการยื่นคำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ประกอบไปด้วยเอกสารของผู้ขอรับใบอนุญาตและผู้บริหารโรงเรียนนอกระบบ ดังนี้

เอกสารของผู้ขอรับใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ดังนี้

กรณีผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นบุคคลธรรมดา

1) แบบ สข. ๕ (คำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ)  
 2) รายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนนอกระบบตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 121 วรรคหนึ่ง (1) (2) (3) และ (4) และรายการตามที่กำหนดไว้ในข้อ 5 ที่ได้ประทับตราของโรงเรียนนอกระบบไว้มุมล่างด้านซ้าย

3) หนังสือแจ้งการอนุมัติให้ใช้หลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ หรือหนังสือยินยอมให้ใช้หลักสูตรจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ได้รับอนุมัติให้ใช้หลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ

4) สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน หรือสำเนาสัญญาเช่าอาคารที่มีกำหนดเวลาเช่าไม่น้อยกว่าสามปีที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

5) สำเนาใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ดัดแปลงอาคาร หรือเคลื่อนย้ายอาคาร หรือสำเนาใบอนุญาตเปลี่ยนการใช้อาคารที่ใช้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

6) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรอื่นที่ใช้แทนบัตรประจำตัวประชาชน

7) สำเนาทะเบียนบ้าน

8) หลักฐานการสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี

รูปถ่าย ขนาด 4x6 เซนติเมตร จำนวน 2 รูป ซึ่งเป็นรูปถ่ายครึ่งตัวหน้าตรง ไม่สวมหมวก หรือแว่นตาสีเข้ม และไม่ใส่ผ้าโพกศีรษะ เว้นแต่ผู้ซึ่งมีความจำเป็นตามศาสนานิกายของศาสนา หรือลัทธินิยมในทางศาสนาของตน และถ่ายก่อนวันยื่นคำขอไม่เกินหกเดือน

#### เอกสารของผู้บริหารโรงเรียนนอกระบบ

1. หนังสือรับรองการแต่งตั้งผู้บริหาร

2. แบบสัญญาจ้าง

3. สำเนาแสดงวุฒิการศึกษาต้องไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี สำหรับประเภทกวดวิชา ต้องเป็นปริญญาตรีทางการศึกษา

4. หนังสือรับรองประสบการณ์ในการทำงานสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือการสอน ไม่น้อยกว่า 1 ปี พร้อมหลักฐานการจดทะเบียนการค้าของนิติบุคคลผู้รับรองการทำงาน สำหรับประเภทวิชาชีพ ประเภทศิลปะและกีฬาประเภทสร้างเสริมทักษะชีวิต สำหรับประเภทกวดวิชา ต้องมีประสบการณ์ในการสอนไม่น้อยกว่า 3 ปี พร้อมหลักฐานแสดงประสบการณ์ในการสอน

5. สำเนาทะเบียนบ้าน

6. ใบรับรองแพทย์ (มีอายุไม่เกิน 1 เดือน นับถึงวันยื่นคำร้อง)

7. รูปถ่ายหน้าตรง ถ่ายมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน รวม 3 รูป

8. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรอื่นที่ใช้แทนบัตรประจำตัวประชาชน

### ขั้นตอนการยื่นและการขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน

1. ผู้ขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบยื่นคำขอพร้อมหลักฐาน

2. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารประกอบการพิจารณาทั้งหมด เมื่อพิจารณาถูกต้องครบถ้วนแล้วให้ผู้ขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบชำระค่าธรรมเนียมค่ายื่นคำขอ ฉบับละ 500 บาท

3. ผู้อนุญาตแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาการขออนุญาตจัดตั้งโรงเรียน และให้คณะกรรมการไปตรวจสอบความพร้อมของอาคาร สถานที่ ห้องเรียน ห้องประกอบอุปกรณ์การเรียนการสอนให้เป็นไปตามกฎกระทรวงการขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ พ.ศ. 2555

4. เจ้าหน้าที่สรุปผลการตรวจ เสนอผู้อนุญาตพิจารณาการอนุญาตโดยใช้ใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ตามแบบ สข.๖ พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนนอกระบบโดยประทับตราส่วนราชการที่มุล่งด้านขวาและประทับตราโรงเรียนมุล่งด้านซ้าย

5. เมื่อผู้อนุญาตพิจารณาอนุญาตแล้ว ให้แจ้งผลการพิจารณาให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบทราบ และให้ผู้ยื่นคำขอ หรือผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจมารับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนพร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนนอกระบบ จำนวน 1 ชุด พร้อมชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ ฉบับละ 000,3 บาท

6. ให้หน่วยงานผู้อนุญาตจัดเก็บหลักฐานสำเนาใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน พร้อมรายละเอียด เกี่ยวกับกิจการของโรงเรียนนอกระบบอย่างละ 1 ชุด ดังนี้

6.1 กรุงเทพมหานคร จัดเก็บหลักฐานไว้ที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

6.2 จังหวัดอื่น จัดเก็บหลักฐานไว้ที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา/สำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัด/สำนักงานการศึกษาเอกชนอำเภอ จำนวน 1 ชุด และส่งให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน จำนวน 1 ชุด

**ขั้นตอนหลังจากที่โรงเรียนได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบแล้ว ผู้อนุญาตแจ้งผู้รับใบอนุญาตดำเนินการ**

1. แต่งตั้งผู้บริหาร ที่มีคุณสมบัติและต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายกระทรวงกำหนดคุณสมบัติ และลักษณะต้องห้ามของผู้บริหารโรงเรียนนอกระบบ พ.ศ. 2553

2. แต่งตั้งครูและหรือผู้สอน กรณีที่แต่งตั้งให้เป็นครู จะต้องมีความรู้ความสามารถและไม่มีลักษณะต้องห้ามสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพครู ตามกฎหมายว่าด้วยสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา สำหรับบุคคลที่ไม่มีใบประกอบวิชาชีพครู สามารถเข้าทำการสอนในโรงเรียนนอกระบบได้ โดยแต่งตั้งเป็นผู้สอน

สำหรับผู้สอนจะต้องแต่งตั้งผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่จะสอนในประเภทวิชาที่เปิดสอน โดยพิจารณาให้เป็นไปตามที่ระเบียบกำหนด

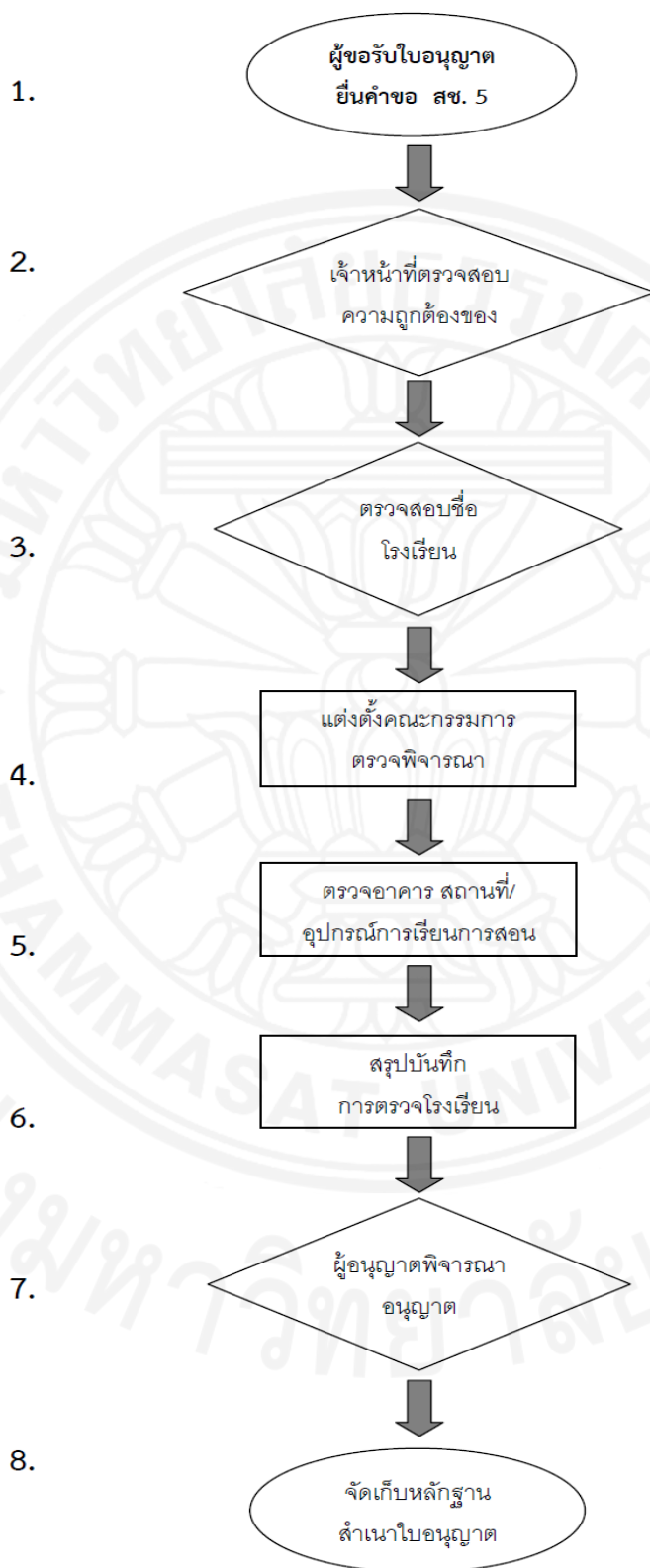
การแต่งตั้งและถอดถอนผู้บริหารครูและผู้สอนของโรงเรียนนอกระบบตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 เป็นอำนาจของผู้รับใบอนุญาตที่จะแต่งตั้งและถอดถอนโดยไม่ต้องขออนุญาตต่อผู้อนุญาต เหมือนที่เคยปฏิบัติ เมื่อดำเนินการแล้วให้รายงานต่อผู้อนุญาตทราบทุกรายทุกครั้งภายใน 30 วัน นับแต่วันแต่งตั้งหรือถอดถอน พร้อมสำเนาเอกสารประกอบ โดยให้ผู้รับใบอนุญาตรับรองสำเนาถูกต้องในสำเนาเอกสารทุกฉบับ

#### **การแต่งตั้งและเอกสารประกอบการรายงาน**

- 1) สำเนาหนังสือแต่งตั้ง
- 2) สำเนาสัญญาจ้าง
- 3) สำเนาใบแสดงคุณวุฒิการศึกษา
- 4) สำเนาใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ (กรณีแต่งตั้งเป็นครู)
- 5) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน

#### **การถอดถอน เอกสารประกอบการรายงาน**

- 1) สำเนาหนังสือถอดถอน
- 2) สำเนาหลักฐานการอนุญาตให้ออกจากหน้าที่



ภาพที่ 6.1 แผนผังขั้นตอนการยื่นและการขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอกระบบ

ที่มา: [http://www.nfe-opic.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87&Itemid=161](http://www.nfe-opic.com/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=161)

## 6.1.2 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนในการเปิดร้านอาหารและห้องครัวให้เช่า

### 6.1.2.1 การจัดตั้งธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคล

บริษัทมีการจัดตั้งโดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด กับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมีผู้เริ่มก่อตั้งกิจการ 3 คน ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท มีขั้นตอนในการจัดตั้งบริษัท ดังนี้

#### (1) การจองชื่อนิติบุคคล

ในขั้นตอนแรกเริ่มจากผู้เริ่มก่อตั้งกิจการตั้งชื่อบริษัทของตนโดยคิดชื่อขึ้นมาเพื่อใช้ในการจองโดยชื่อที่ตั้งมานั้นต้องไม่คล้ายคลึงหรือพ้องกับบริษัทที่จดทะเบียนแล้ว โดยการจองนั้น จะสามารถจองได้ 3 ชื่อ ซึ่งนายทะเบียนจะพิจารณาจากชื่อในลำดับแรกไปถึงสุดท้าย ดังนั้นต้องเลือก ชื่อที่ตนเองต้องการมากที่สุดไว้อันดับแรก หลังจากนั้นก็ดำเนินการลงทะเบียนจองชื่อ ซึ่งทำได้สองวิธี คือ

1. การยื่นแบบจองชื่อต่อหน้านายทะเบียนด้วยตนเอง ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเขตที่ตนอาศัยอยู่ หรือถ้าเป็นต่างจังหวัดให้ไปที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
2. การจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีการกรอกข้อมูลที่ [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เมื่อนายทะเบียนได้ทำการพิจารณาแล้วเห็นว่าชื่อดังกล่าวที่เลือกมาไม่ขัดกับข้อกำหนดต่างๆ ก็จะดำเนินการแจ้งกลับมาว่าผ่านการรับรองชื่อแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการในขั้นต่อไป

#### (2) การจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิเพื่อยื่นต่อนายทะเบียน

หนังสือบริคณห์สนธิ คือ หนังสือที่แสดงถึงเจตจำนงในการขอจัดตั้งบริษัท โดยเนื้อความในหนังสือประกอบด้วย ชื่อบริษัทที่จองไว้แล้ว (โดยมีคำว่า “บริษัท” เป็นคำนำหน้า และคำว่า “จำกัด” ลงท้ายที่อยู่ (วัตถุประสงค์ จำนวนหุ้น จำนวนทุน ราคาหุ้น (ขั้นต่ำหุ้นละ 5 บาท และข้อมูลต่างๆ ของผู้เริ่มการก่อตั้งบริษัท โดยจำนวนผู้ก่อตั้งนั้นกฎหมายบังคับว่าอย่างน้อย 3 คน ในกรณีที่ยื่นหนังสือบริคณห์สนธิจะต้องดำเนินการภายใน 30 วัน นับจากวันที่นายทะเบียนได้แจ้งการรับรองชื่อ หากเลยกำหนดตามระยะเวลาให้เริ่มดำเนินการใหม่ตั้งแต่แรก

#### (3) จัดให้มีการจองซื้อหุ้นทั้งหมดและนัดหมายการประชุม

ผู้เริ่มการก่อตั้งแต่ละคนอาจจะซื้อหุ้นมากน้อยแตกต่างกัน แต่ทุกคนต้องมีหุ้น อย่างน้อยคนละหนึ่งหุ้น ซึ่งนอกจากนี้ผู้ที่มาซื้อหุ้นนั้นก็ไม่ว่าจำเป็นต้องเป็นผู้เริ่มการก่อตั้งเสมอไป โดยอาจจะเป็นบุคคลอื่นที่สนใจต้องการเข้าร่วมธุรกิจดังกล่าวก็เป็นได้ และเมื่อมีผู้ที่ตกลงซื้อหุ้นของทางบริษัทจนครบแล้วก็จะดำเนินการออกหนังสือเพื่อนัดการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยวันที่นัดการประชุมจะต้องห่างจากวันที่ได้ออกหนังสืออย่างน้อย 7 วัน



#### (4) การประชุมเพื่อจัดตั้งบริษัท

ถ้าหากเรามีการดำเนินการด้วยตัวเองก็จะทำให้ใช้เวลาน้อยลงเพราะไม่ต้องไปประสานงานกับบริษัทที่ว่าจ้างจัดตั้งบริษัท ในการประชุมนั้นจะต้องมีผู้ถือหุ้นเข้าร่วมไม่น้อยกว่า กึ่งหนึ่งของจำนวนผู้เข้าชื่อทั้งหมด แต่ก็สามารถมอบฉันทะได้ เมื่อนับจำนวนหุ้นรวมแล้วต้องไม่น้อยกว่า กึ่งหนึ่งของหุ้นทั้งหมดด้วย โดยในวาระการประชุมประกอบด้วย

1. การทำความตกลงถึงข้อบังคับของบริษัท
2. มีการเลือกตั้งคณะกรรมการและกำหนดอำนาจของกรรมการ
3. ดำเนินการเลือกผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตให้ตรวจสอบและรับรอง

งบทางการเงิน ซึ่งบริษัทต้องแต่งตั้งบุคคลธรรมดาเท่านั้น จะไม่สามารถแต่งตั้งสำนักงานตรวจสอบบัญชีไม่ได้

4. การรับรองสัญญาที่ผู้เริ่มการก่อตั้งได้ทำขึ้นก่อนที่จะมีการจัดตั้งบริษัท เพราะ ผู้ที่เริ่มกิจการอาจจะได้ไปทำสัญญาบางอย่างไว้เพื่อประโยชน์แก่บริษัท เช่น สัญญาเช่าอาคารเพื่อเป็นที่ทำการของบริษัท หรือการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบ หรือการว่าจ้างพนักงาน โดยสัญญาเหล่านี้จะยังไม่มีผลบังคับใช้กับบริษัท เพราะเนื่องมาจากบริษัทยังไม่ได้จัดตั้ง และผู้เริ่มกิจการต้องรับผิดชอบในส่วนตัวเองอยู่ ดังนั้นจึงต้องมีการนำสัญญาเหล่านี้ มาเสนอในที่ประชุมเพื่ออนุมัติและมีผลบังคับใช้ต่อไป

5. มีการกำหนดค่าตอบแทนให้แก่ผู้เริ่มดำเนินกิจการ สำหรับกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้เริ่มดำเนินกิจการได้กระทำในช่วงก่อนที่จะมีการจดทะเบียนบริษัท โดยถือได้ว่าเป็นค่าตอบแทน ให้สำหรับผู้เริ่มดำเนินกิจการและต้องได้รับการอนุมัติในเรื่องของค่าตอบแทนโดยที่ประชุมบริษัท

#### (5) ส่วนของคณะกรรมการที่ถูกเลือกจะมาเป็นผู้ดำเนินการต่อจากผู้เริ่มก่อตั้งทันที

ซึ่งคณะกรรมการจามีหน้าที่เรียกเก็บเงินเพื่อชำระหุ้นอย่างน้อย 25% ของ ราคาจริงที่เก็บหุ้นได้ครบแล้ว ต่อจากนั้นกรรมการก็จะจัดทำคำขอจดทะเบียนตั้งบริษัทและยื่นต่อ นายทะเบียนภายใน 3 เดือน นับตั้งแต่วันที่ได้มีการประชุมจัดตั้งบริษัท ถ้าหากไม่มีการจดทะเบียน ภายในระยะเวลาที่กำหนดก็จะทำให้การประชุมตั้งบริษัทนั้นเสียไปต้องจัดประชุมใหม่อีกครั้ง

#### (6) การชำระค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท จะคิดตามทุนจดทะเบียน แสนละ 500 บาท โดยขั้นต่ำ 5,000 บาท แต่ไม่เกิน 250,000 บาท โดยค่าธรรมเนียมในขั้นตอนการดำเนินการต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1. ค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ โดยจะคิดจากจำนวน ทุนจดทะเบียน แสนละ 500 บาท ซึ่งเศษของแสนจะคิดเป็นแสนบาทเลย เพราะฉะนั้น ค่าธรรมเนียม ขั้นต่ำจะอยู่ที่ 500 บาท และสูงสุดไม่เกิน 25,000 บาท

2. ค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท จะคิดจากทุนจดทะเบียน แสนละ 500 บาท แต่มีขั้นต่ำต้องไม่น้อยกว่า 5,000 บาท และสูงสุดไม่เกิน 250,000 บาท

3. หนังสือรับรองการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ฉบับละ 200 บาท

4. ใบสำคัญที่แสดงการจดทะเบียน ฉบับละ 100 บาท

5. สำเนาเอกสารรับรอง หน้าละ 50 บาท

6. รับหนังสือรับรองและใบสำคัญ

เมื่อนายทะเบียนได้มีการรับจดทะเบียนและได้มอบหนังสือรับรองให้แล้ว ก็ถือว่า บริษัทได้มีการจัดตั้งขึ้นอย่างถูกต้องสมบูรณ์ตามกฎหมาย และมีสิทธิหน้าที่ต่างๆ อย่างสมบูรณ์

โดยที่กรมพัฒนาการค้าได้มีการปรับปรุงประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ที่ว่าด้วยหุ้นส่วนของบริษัทที่ในบางประเด็นว่า หากมีการประชุมจัดตั้งบริษัทโดยมีผู้เริ่มก่อการและผู้เข้าซื้อหุ้นทุกคนเข้าร่วมการประชุมและให้ความเห็นชอบของกิจการที่ได้มีการพิจารณาในที่ประชุมแล้วนั้น ผู้เริ่มก่อการ ก็สามารถที่จะดำเนินการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิและมีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ไปพร้อมกันภายในวันเดียวกันได้เลย

#### 6.1.2.2 การขออนุญาตตั้งและดำเนินการ

สถานที่ยื่นคำขออนุญาตสำหรับกิจการร่วมค้า สามารถยื่นคำขอได้ที่สำนักงานพาณิชย์ ส่วนเอกสารที่ใช้ในการขออนุญาตจัดตั้งร้านค้า มีดังต่อไปนี้

- 1) คำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (แบบ ทพ.)
- 2) สำเนาบัตรประจำตัวของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน
- 3) สำเนาทะเบียนบ้านของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน
- 4) หนังสือหรือสัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลหรือ

กิจการร่วมค้า

5) หนังสือให้ความยินยอมให้ใช้สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่

6) สำเนาทะเบียนบ้านที่แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ความยินยอมเป็นเจ้าของบ้าน หรือผู้ขอเลขที่บ้าน หรือสำเนาสัญญาเช่าโดยมีผู้ให้ความยินยอมเป็นผู้เช่า หรือเอกสารสิทธิ์อย่างอื่นที่ ผู้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เป็นผู้ให้ความยินยอม

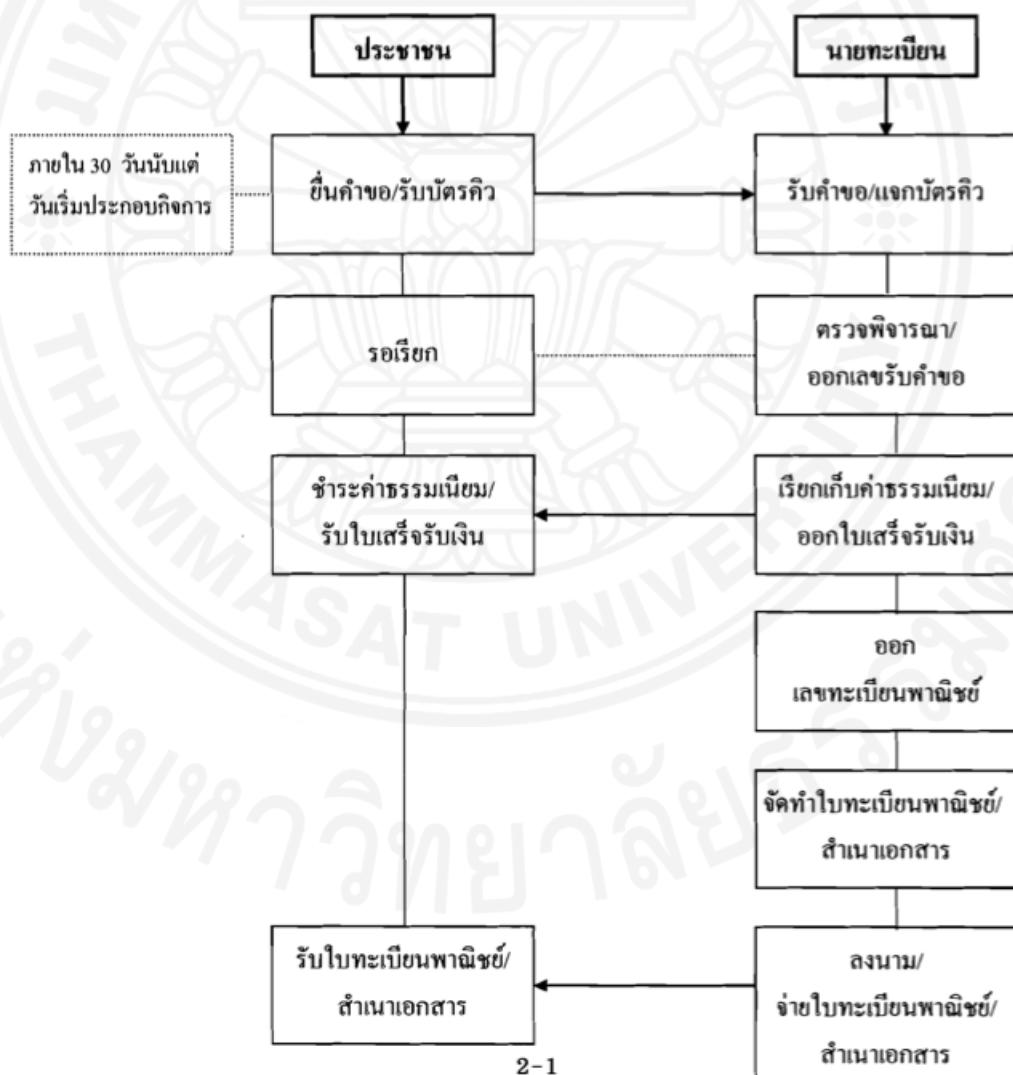
7) แผนที่แสดงที่ตั้งสำนักงานใหญ่และสถานที่สำคัญบริเวณใกล้เคียง

โดยสังเขป

- 8) หนังสือมอบอำนาจ ติดอากรแสตมป์ 10 บาท (ถ้ามี)
- 9) สำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)
- 10) กรณีเป็นกิจการร่วมค้าให้แนบหนังสือรับรองรายการจดทะเบียนของ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด แล้วแต่กรณี

### 6.1.2.3 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

บริษัทมีหน้าที่ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มกับสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรมสรรพากร เพื่อใช้ในการยื่นแบบเสียภาษีประจำปี



ภาพที่ 6.2 ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (ตั้งใหม่)

ที่มา: [http://www.dbd.go.th/download/downloads/01\\_tp/text\\_people.pdf](http://www.dbd.go.th/download/downloads/01_tp/text_people.pdf)

## 6.2 ขั้นตอนการจัดซื้อ

ทางโรงเรียนได้จัดตั้งแผนกจัดซื้อขึ้น ซึ่งจะทำหน้าที่ในการจัดหาและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องครัว และคัตสรรวัตฤดูบอร์แกนคิปลอดสารพิษ ผ่านทางบริษัทผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยมีการหาแหล่งของสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีความปลอดภัย และการบริการที่ดี เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับ และต้องมีการเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ บริษัท เพื่อให้ได้สินค้าที่ดี และราคาถูกที่สุด สามารถต่อรองราคาได้ มีระยะเวลาการจ่ายเงิน (Credit Term) ที่นาน มีการกำหนดแนวทางในการจัดซื้อเพื่อช่วยลดต้นทุนสินค้า และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้สูงที่สุด รวมถึงมีการสรรหาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นไปตามความประสงค์ของนักเรียนและผู้ปกครอง เนื่องจาก ทางโรงเรียนมีนักโภชนาการทางอาหารคอยให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้านโภชนาการสำหรับเด็ก มากไปกว่านั้นแผนกจัดซื้อจะต้องมีการบริหารจัดการและประสานงานที่ดีกับแผนกสินค้าคงคลัง เพื่อคอยควบคุมปริมาณของสินค้าให้มีในปริมาณที่เพียงพอ และเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและให้บริการ รวมถึงสามารถจัดซื้อได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

## 6.3 ขั้นตอนในการให้บริการหลัก (Cycle of Service)

### 6.3.1 การต้อนรับเมื่อผู้ปกครองและนักเรียนเข้ามาที่โรงเรียน

- 1) กล่าวทักทายและเริ่มมีการสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลเบื้องต้น
- 2) สอบถามอายุของบุตรเพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถแนะนำหลักสูตรที่เหมาะสมกับช่วงวัยของนักเรียน
- 3) สอบถามถึงความต้องการของผู้ปกครองเพื่อที่จะได้ตอบโต้ได้ตรงตามความต้องการ และทราบว่าจะอะไรที่ผู้ปกครองต้องการเน้นเป็นพิเศษ

### 6.3.2 การให้ข้อมูลสำหรับผู้ปกครองและนักเรียนใหม่

- 1) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนและหลักสูตรการเรียนการสอน
- 2) ให้ข้อมูลด้านโภชนาการโดยนักโภชนาการอาหารสำหรับเด็กที่ประจำอยู่ที่โรงเรียน
- 3) เจ้าหน้าที่แนะนำหลักสูตรที่เหมาะสมให้แก่ผู้ปกครอง และแจ้งถึงประโยชน์ที่นักเรียนจะได้รับ
- 4) เจ้าหน้าที่ปิดการขายและแนะนำการบริการอื่นๆ เพิ่มเติม

### 6.3.3 การชำระเงิน

- 1) กรอกประวัตินักเรียนเพื่อทำประวัติและเก็บเข้าระบบฐานข้อมูลนักเรียน
- 2) เลือกหลักสูตรที่ประสงค์จะเรียน
- 3) ชำระเงินตามอัตราค่าเรียน
- 4) ผู้ปกครองตรวจสอบ ชื่อ-นามสกุล หลักสูตร วันเวลาที่นักเรียนจะมาเรียน

ในบัตรประจำตัวนักเรียน

- 5) รับอุปกรณ์ประกอบการเรียน อาทิเช่น ผ้ากันเปื้อน หมวกเชฟ เป็นต้น

### 6.3.4 การบริการสมัครสมาชิก

- 1) เมื่อนักเรียนลงเรียนทำอาหาร จะได้รับสิทธิ์เป็นสมาชิกฟรีทั้งนักเรียนและผู้ปกครอง
- 2) สมาชิกสามารถแสดงบัตรเพื่อรับส่วนลด 10% สำหรับ อาหาร เครื่องดื่ม และวัตถุดิบออร์แกนิกต่างๆ
- 3) สมาชิกสามารถแสดงบัตรเพื่อรับส่วนลด 15 % สำหรับอุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ
- 4) รับข้อเสนอและสิทธิพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย ในโอกาสต่างๆ

## 6.4 การวางผังของสถานประกอบการ

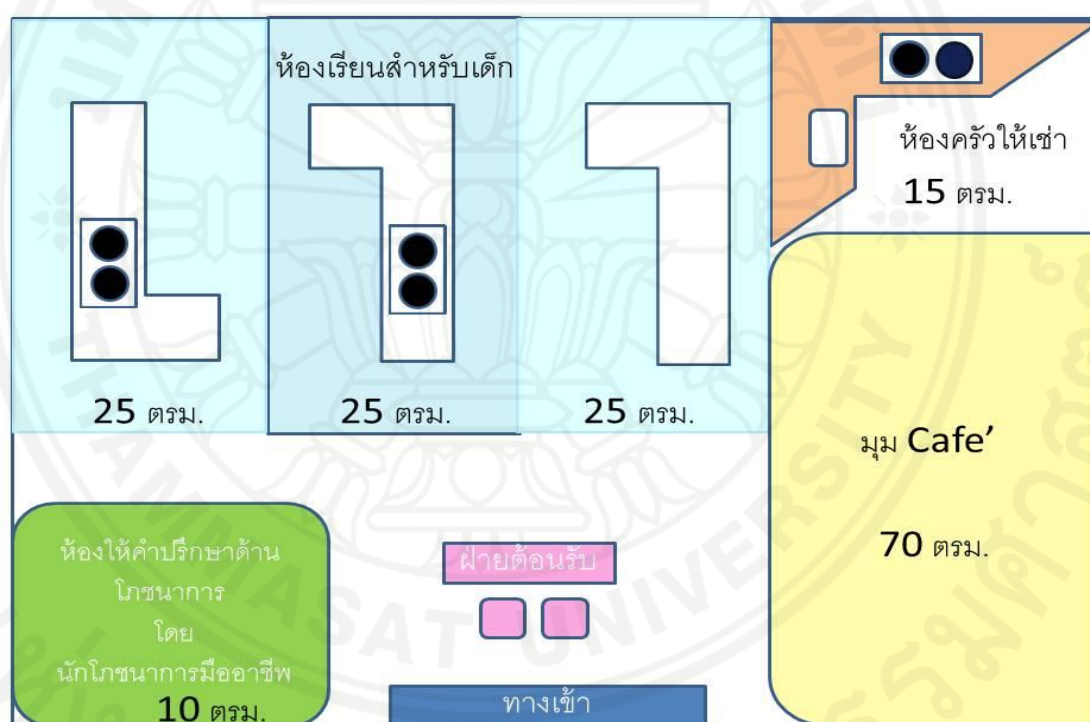
ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef เป็นธุรกิจที่สอนทำอาหารเด็กที่เน้นการพัฒนาทักษะต่างๆ ควบคู่ไปกับการให้บริการต่างๆ อย่างมืออาชีพ นอกจากนี้แล้วการจัดสถานที่ภายในโรงเรียนก็ต้องมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ดูทันสมัย สะอาด สวยงาม เหมาะแก่การเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ปกครอง ซึ่งพื้นที่ของโรงเรียนมีขนาด 200 ตารางเมตร ได้จัดสรรพื้นที่และออกแบบผังของโรงเรียนออกเป็น 5 ส่วน มีดังต่อไปนี้

1. แผนกต้อนรับ ใช้ในการติดต่อสอบถามข้อมูล และรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตร พร้อมทั้งชำระค่าเรียน ใช้พื้นที่ประมาณ 30 ตารางเมตร
2. แผนกให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ ใช้สำหรับในกรณีที่ผู้ปกครองต้องการคำปรึกษาเกี่ยวกับโภชนาการทางอาหารสำหรับเด็ก ใช้พื้นที่ประมาณ 10 ตารางเมตร
3. ห้องเรียนสำหรับเรียนทำอาหาร จะแบ่งออกเป็น 3 ห้อง โดยใช้พื้นที่ห้องละประมาณ 25 ตารางเมตร

4. มุม Cafe' เป็นมุมที่เอาไว้บริการสำหรับผู้ปกครองและนักเรียนที่มานั่งรอเรียน และเป็นมุมพักผ่อน ซึ่งออกแบบมาให้มีบรรยากาศที่รู้สึกผ่อนคลาย กว้างขวาง จึงใช้พื้นที่ประมาณ 70 ตารางเมตร

5. ห้องครัวให้เช่า ใช้สำหรับการที่ผู้ปกครองที่ต้องการทำอาหาร ขนม ให้แก่บุตรหลาน ขณะรอบุตรหลานเรียน และถือเป็นสถานที่ที่ให้ผู้ปกครองมาทำกิจกรรมร่วมกัน ใช้พื้นที่ประมาณ 15 ตารางเมตร

โดยการออกแบบและตกแต่งโรงเรียนจะให้ออกมาในรูปแบบสีลูกกวาด ที่มีการใช้สีสันทันทีหลากหลาย เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดและถูกใจเด็กๆ อีกทั้งการเล่นสีสดๆ จะช่วยให้เด็กๆ มีการพัฒนาการที่ดีของเซลล์สายตาทั้ง Rod Cell และ Cone Cell



ภาพที่ 6.3 แผนผังของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef

## 6.5 การบริหารสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์วัตถุดิบ ออร์แกนิกต่างๆ ที่นำมาใช้ประกอบอาหารในการเรียนการสอนและจำหน่ายสำหรับมุมคาเฟ่ ส่วนในบริการอื่นๆ ก็จะเป็นพวก เครื่องปรุง และน้ำยาต่างๆ เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาด สินค้าสิ้นเปลืองอื่นๆ รวมถึงอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ต้องมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวคือ เป็นการควบคุมไม่ให้มีสินค้าคงคลังมาก

เกินไป เพราะอาจเป็นปัญหาทั้งในเรื่องต้นทุนการเก็บรักษาที่สูง สินค้าเสื่อมสภาพ หมดยุค ถูก ลักลอบ หรือสูญหาย นอกจากนี้ยังทำให้สูญเสียโอกาสในการนำเงินที่จมอยู่กับสินค้าคงคลังนี้ไปหา ประโยชน์ในด้านอื่นๆ

แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป ก็อาจจะประสบปัญหาสินค้าขาด แคลนไม่เพียงพอ (Stock Out) สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า เป็นการเปิดช่องให้แก่คู่แข่ง และก็อาจจะต้องสูญเสียลูกค้าไปในที่สุด นอกจากนี้ถ้าสิ่งที่ขาดแคลนนั่นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ การดำเนินงานทั้งการเรียนการสอน การบริการและการขายก็อาจจะต้องหยุดชะงัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนในอนาคตได้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของฝ่ายสินค้าคงคลังในการบริหารจัดการ สินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่มาก หรือน้อยจนเกินไป เพราะการลงทุนในสินค้าคงคลัง ต้องใช้เงินจำนวนมาก และอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของธุรกิจได้

เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพและมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว A. Little Chef จึงได้นำระบบ POS (Point of Sale) เข้ามาเป็นตัวกลางในการประสานงานในฝ่ายต่างๆ ที่ เกี่ยวข้อง อาทิ แผนกสินค้าคงคลัง แผนกจัดซื้อ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายการเงิน โดยระบบ POS มี หน้าที่เก็บข้อมูลการขาย และข้อมูลสินค้าคงคลังเป็นหลัก โดยจะเก็บข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับการขาย ทั้งหมด เช่น ข้อมูลนักเรียน ปริมาณหลักสูตรที่ลงทะเบียน จำนวนนักเรียนที่มาใช้บริการในแต่ละวัน

## บทที่ 7

### กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

การที่ธุรกิจจะบรรลุวัตถุประสงค์และดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมกับงาน ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารงาน เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวเงิน วัสดุ ทรัพย์สิน และการจัดการ ซึ่งถ้าองค์กรเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่ดี มีความรู้ ความสามารถ ปัจจัยด้านอื่นๆ ก็จะดีตามมาด้วย ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร เพราะการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวกับบุคคลที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร พร้อมทั้งดำเนินการธำรงรักษาและพัฒนาให้ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน โดยมีภารกิจหลัก คือ การคัดเลือกและวางจ้าง การฝึกอบรมบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารทุกระดับที่จะต้องรับผิดชอบต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์

#### 7.1 การคัดเลือกและวางจ้าง

เป็นการคัดเลือกบุคลากรเพื่อให้เหมาะสมกับโครงสร้างองค์กร โดยมีการพิจารณาความเหมาะสมในด้านต่างๆ ทั้งในด้านวุฒิการศึกษา ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์การทำงานในสายงาน บุคลิกภาพ ทักษะ และความสามารถพิเศษด้านอื่นๆ และเนื่องจาก A. Little Chef เป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จึงจะพิจารณาบุคลากรที่มีใจรักเด็กและรักในงานบริการด้วย เมื่อผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ต่อจากนั้นก็จะมีการทำสัญญาว่าจ้างแบบรายปี โดยมีตำแหน่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

##### 1. คณะผู้บริหาร จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร กลยุทธ์และนโยบายการบริหารงาน รวมทั้งประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ธุรกิจมีระบบการจัดการและดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งหากมีบุคลากรฝ่ายใดไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ ผู้บริหารจะสามารถปฏิบัติหน้าที่แทนได้อย่างทันท่วงที

##### 2. ผู้จัดการสาขา จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่วางแผนการจัดการของภาพรวมในทุกด้าน นำพาบุคลากรในองค์กรให้ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ผู้บริหารได้วางไว้ตลอดจนการประเมินผลและควบคุม



การทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ และสรุปผลการดำเนินงานของบริษัทต่อคณะผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้จัดการสาขายังต้องดูแลและแก้ไขปัญหาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า และรวบรวมทุกเสียงไม่ว่าจะเป็นเรื่องการติชม การต้องการให้ปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาองค์กรต่อไป

### 3. ฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า จำนวน 3 คน

#### 3.1 แผนกต้อนรับและบริการลูกค้า จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ ต้อนรับ ดูแล และให้ความสะดวกแก่นักเรียนและผู้ปกครองที่เข้ามาใช้บริการ แนะนำหลักสูตรการเรียนการสอน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนต่างๆ รวมถึงความปลอดภัยในการเรียน

#### 3.2 แผนกการเงิน จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ให้การคำนวณค่าใช้จ่ายในการเรียนและการให้บริการต่างๆ

#### 3.3 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการทำบัตรสมาชิก บันทึกข้อมูลประวัตินักเรียน การแจ้งข้อมูลและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ทางโรงเรียนจัดขึ้น การจองวันและเวลาเรียน รวมถึงการทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลอดจนรับข้อร้องเรียนต่างๆ

### 4. บุคลากรทางการสอนและหลักสูตร จำนวน 9 คน

#### 4.1 นักโภชนาการ จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่การวางแผนและกำหนดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านโภชนาการสำหรับเด็กในแต่ละช่วงวัย อีกทั้งยังประจำที่โรงเรียนเพื่อการให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ผู้ปกครองในเรื่องโภชนาการ โดยนักโภชนาการกำหนดอาหารเด็ก จะจบมาจากคณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2 ครูผู้สอน จำนวน 8 คน

ทำหน้าที่สอนเด็กในแต่ละหลักสูตร ให้มีความรู้พร้อมพัฒนาทักษะต่างๆ และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม รวมถึงการสอนใช้อุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆ โดยครูผู้สอนจะคัดสรรมาจากบุคลากรที่จบการเรียนสอนทำอาหารจากสถาบันที่มีชื่อเสียงเช่น สถาบัน เลอ การ์ดอง เบลอ และโรงเรียนการอาหารนานาชาติสวนดุสิต โดยมีการว่าจ้างเป็นรายชั่วโมง อาจจะเป็นงานพาร์ทไทม์จากการทำงานประจำก็ได้

### 5. ฝ่ายการขายและการตลาด จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการวางแผนการตลาด การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ กำหนดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ สื่อสารทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้ารู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก “A. Little Chef” และประเมินผลการทำการตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ

## 6. ฝ่ายสนับสนุน จำนวน 10 คน

### 6.1 แผนกทรัพยากรบุคคล จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติและคุณภาพ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ บุคลิกภาพที่ดี มีใจรักเด็ก เอาใจใส่ ชอบช่วยเหลือ ฯลฯ ตามมาตรฐานของโรงเรียน รวมไปถึงการมีหน้าที่ในการดูแลเรื่องค่าแรง สวัสดิการ นโยบายทางการเงิน และที่สำคัญมีหน้าที่ในการวางแผนความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงานอีกด้วย

### 6.2 แผนกบัญชีและการเงิน จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินให้เป็นไปตามการวางแผนงบประมาณทางการเงินตามที่นโยบายกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 6.3 แผนกจัดซื้อ จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการเลือกผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายที่มีสินค้าที่ได้คุณภาพและมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ และทำการเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ แหล่ง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาถูกที่สุด มีระยะเวลาการจ่ายเงิน (Credit Term) นานที่สุด เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรสูงสุด อีกทั้งแผนกจัดซื้อต้องมีการบริหารการจัดการและประสานงานที่ดีกับแผนกสินค้าคงคลัง เพื่อให้วัตถุดิบไม่ขาด และสามารถจัดซื้อได้ทันตามกำลังและเวลาการให้บริการ

### 6.4 แผนกคลังสินค้า จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการบริหารสินค้าคงคลังไม่ให้ของขาดหรือเกินกว่าที่กำหนด

### 6.5 แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 2 คน

### 6.6 แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 คน

ทำหน้าที่ในการดูแลระบบการจัดการและฐานข้อมูลลูกค้า ตลอดจนส่งข้อมูลสถิติการซื้อสินค้าและการใช้บริการให้กับฝ่ายการตลาดเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

### 6.7 แผนกทำความสะอาด จำนวน 2 คน

ทำหน้าที่ในการดูแลความสะอาดต่างๆ ทั้งหมดของโรงเรียน

ตารางที่ 7.1

แสดงเงินเดือนบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	รวม (บาท)
ผู้บริหาร	1	50,000	50,000
ผู้จัดการสาขา	1	30,000	30,000
แผนกต้อนรับและบริการลูกค้า	1	12,000	12,000
แผนกการเงิน/แผนกบัญชีและการเงิน	1	18,000	18,000
แผนกลูกค้าสัมพันธ์	1	12,000	12,000
นักโภชนาการ	1	30,000	30,000
ฝ่ายขายและการตลาด/แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	20,000	20,000
แผนกทรัพยากรบุคคล	1	15,000	15,000
แผนกจัดซื้อ/แผนกคลังสินค้า	1	15,000	15,000
แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม	2	9,000	18,000
แผนกทำความสะอาด	2	9,000	18,000
<b>รวม</b>	<b>14</b>		<b>238,000</b>

ตารางที่ 7.2

แสดงอัตราค่าจ้างครูผู้สอน

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	อัตราค่าจ้างต่อชั่วโมง(บาท)
ครูผู้สอน	8	800

## 7.2 การฝึกอบรมบุคลากร

การฝึกอบรมบุคลากรนั้น จะต้องทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพราะ A. Little Chef เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ดังนั้นการอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา ในทันแก่สถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากทั้งในมุมมองขององค์กรและบุคลากรในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เพิ่มทักษะในหน้าที่การงานให้แก่บุคลากร หลังจากที่มีการฝึกอบรมทุกครั้ง องค์กรควรมีความคาดหวังหรือเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาของบุคลากรแต่ละคน หากการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพ สิ่งที่สามารถแสดงให้เห็นได้ชัดคือ การที่บุคลากรนำเคล็ดลับความรู้กลับมาใช้ในการทำงาน สามารถปฏิบัติงานด้วยทักษะที่เพิ่มขึ้นทั้งในด้านการแก้ไขปัญหา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์รวมถึงความชำนาญในการปฏิบัติงาน

2. สร้างกำลังใจและทัศนคติที่ดีในการทำงาน นอกจากการฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร จะสร้างความรู้ความชำนาญทางวิชาการให้แก่บุคลากรในแต่ละด้านแล้ว ยังสามารถช่วยให้บุคลากรรู้สึกผ่อนคลายจากสภาวะตึงเครียดจากการทำงาน และส่งผลให้เล็งเห็นว่าองค์กรนั้นมีความใส่ใจและพร้อมที่จะส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถและมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ซึ่งสามารถช่วยให้บุคลากรมีกำลังใจที่ดีในการทำงานส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรดีขึ้นด้วย

โดยทางโรงเรียนจะแบ่งการอบรมออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

### 1) ด้านครูผู้สอน

เน้นการอบรมหลักสูตรการทำอาหารและโภชนาการสำหรับเด็ก รวมถึงการเรียนรู้ที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ เพื่อมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับทีมครูผู้สอน

### 2) ด้านการบริการ

เน้นการอบรมทางด้านบุคลิกภาพ ทัศนคติ การบริการให้เกิดความประทับใจ และพัฒนาทักษะเฉพาะทางในแต่ละสายอาชีพและแต่ละบริการ โดยบุคลากรแต่ละคนต้องผ่านการอบรมที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถมีทักษะรอบด้าน และสามารถทำงานแทนกันได้ ซึ่งจะสามารถช่วยลดปัญหาเมื่อมีบุคลากรในบางตำแหน่งลาออก

### 7.3 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) เป็นเครื่องมือพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญเช่นเดียวกับการศึกษาและการฝึกอบรม ในการบริหารงาน การประเมินผลการปฏิบัติงานมีวัตถุประสงค์มากกว่าเพื่อจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงาน เพราะผลที่ได้จากแบบประเมินผลการปฏิบัติงานมีคุณค่าต่อการพัฒนางาน และมีคุณค่าต่อการบริหารงาน ดังนี้

1. ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดสรรทรัพยากรของหน่วยงานอย่างเป็นธรรม
2. สร้างแรงจูงใจและให้รางวัลตอบแทนพนักงานที่มีผลงานได้มาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐาน
3. รักษาความเป็นธรรมภายในทั้งในด้านการบริหารเงินเดือน ค่าตอบแทน และการบริหารงานบุคคล
4. ใช้เป็นเครื่องมือสอนงานและพัฒนาพนักงาน
5. ใช้เป็นเครื่องมือให้บุคลากรยึดถือระเบียบ ข้อบังคับรวมกันอย่างเท่าเทียม
6. ให้บุคลากรได้ทราบถึงความรู้ ความสามารถของตนเองในสายตาของผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง
7. ช่วยวิเคราะห์ปัญหาขององค์กรในด้านต่างๆ เช่น ปัญหาในการกำหนดความต้องการฝึกอบรม ความรอบรู้ (Knowledge) ความสามารถ (Ability) ทักษะ (Skills) ของพนักงานและลักษณะการว่าจ้าง การติดตามและการประเมินผลปฏิบัติงานนั้น สำหรับบุคลากรใหม่ จะมีระยะเวลาในช่วงการทดลองงานเป็นเวลา 120 วันนับตั้งแต่วันเริ่มทำงาน และจะมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกฝ่ายประจำปี โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานดังนี้

## ตารางที่ 7.3

## แสดงหัวข้อเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	หัวข้อในการประเมิน	คะแนน
1	ความรับผิดชอบและความเอาใจใส่ต่อหน้าที่การงาน	
2	ความถูกต้องและความละเอียดรอบคอบในการดำเนินงาน	
3	การมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	
4	การปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	
5	การปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎระเบียบขององค์กร	
6	มีความสามารถและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่	
7	สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและมีไหวพริบ	
8	มาทำงานตรงต่อเวลา ไม่มาสาย	
9	ปริมาณงานและคุณภาพของงานที่ได้รับมอบหมาย	
10	มีการรักษาผลประโยชน์และทรัพย์สินขององค์กร	
	รวมคะแนน	

## 7.4 การบริหารค่าตอบแทน (Compensation Management)

A. Little Chef ให้ความสำคัญกับการบริหารค่าตอบแทน เพราะเป็นหัวใจของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นองค์ประกอบที่ดึงดูด คนที่มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ทำงานอย่างเต็มที่ และเต็มใจทำงาน ซึ่งระบบค่าตอบแทนต้องมีการปรับให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพอยู่เสมอเพื่อความเติบโตขององค์กรในอนาคต ค่าตอบแทนที่ทางโรงเรียนให้กับบุคลากร มี 2 ทาง ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

**ค่าตอบแทนทางตรง (Direct Pay)**

## 1. เงินเดือน

จะจ่ายเงินเดือนให้บุคลากรตามที่ระบุไว้ในหนังสือสัญญาว่าจ้างและตามที่จัดหมายการอนุมัติ ปรับเงินเดือนซึ่งนอกเหนือจากเงินเดือนประจำแล้วยังมีเงินเดือนประจำขั้น โดยแบ่งเป็นเกรดที่จ่ายประจำปี แบ่งเป็น A B C และ D ซึ่งจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่ใช้วัดผลการปฏิบัติงานประจำปี

## 2. ค่าทำงานล่วงเวลา (OT) การจ่ายค่าทำงานล่วงเวลา แบ่งเป็น 3 แบบ

- ค่าทำงานล่วงเวลาต่อเนื่อง คิดเป็น 1.5 เท่าของเงินเดือน
- ค่าทำงานล่วงเวลาวันหยุด คิดเป็น 2.0 เท่าของเงินเดือน

- ค่าทำงานล่วงเวลารวันหยุดต่อเนื่อง คิดเป็น 3.0 เท่าของเงินเดือน
- 3. รายการหักเป็นค่าตอบแทนต่างๆ
  - หักค่าประกันสังคม 5% ของเงินเดือน
  - หักภาษี ณ ที่จ่าย สำหรับบุคลากรที่มีฐานเงินเดือนที่ต้องจ่าย
- 4. ค่า Incentive
  - คิดเป็นรายไตรมาส จะจ่ายให้อีกสองเดือนถัดมา
- 5. โบนัสประจำปี

- คิดจากเปอร์เซ็นต์การเปรียบเทียบของกำไรในปีที่ผ่านมาเทียบกับปีปัจจุบัน

#### ค่าตอบแทนทางอ้อม (Indirect Pay) ประกอบด้วย สิทธิ สวัสดิการและผลประโยชน์

ของบุคลากร

1. วันหยุด
  - วันหยุดประจำสัปดาห์ 1 สัปดาห์ หยุดได้ 1 วัน ตามความเหมาะสมของแต่ละตำแหน่ง
  - วันหยุดตามประเพณีหรือวันหยุดชดเชย ได้ 13 วัน โดยต้องแจ้งการลาล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วันทำการ และได้รับการยินยอมจากผู้บังคับบัญชา
2. การลาพักร้อน
 

บุคลากรมีสิทธิ์ลาพักร้อนได้ 6 วันต่อปี แต่ต้องมีอายุงาน 1 ปีขึ้นไปถึงจะมีสิทธิ์ลาได้
3. การลาป่วย
 

บุคลากรมีสิทธิ์ลาป่วยได้ปีละไม่เกิน 30 วันทำการ โดยได้รับค่าจ้างตามปกติแต่หากมีการลาป่วยมากกว่า 1 วัน ต้องมีใบรับรองแพทย์ประกอบการลา
4. เงินช่วยเหลือและสวัสดิการ
  - ค่ารักษาพยาบาลกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉินจากการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่ไม่มีสิทธิประกันสังคม
  - เงินช่วยเหลือในการศึกษาของบุตร
  - เงินช่วยเหลือในงานศพ ได้แก่ บิดามารดา สามีภรรยา บุตร
5. สิทธิประโยชน์จากประกันสังคม
 

กลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการถือว่าเป็นการสร้างหลักประกันในการดำเนินชีวิต โดยการเฉลี่ยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการเจ็บป่วย คลอดบุตร เสียชีวิต หรือทุพพลภาพ สงเคราะห์บุตร ชราภาพ รวมไปถึงการว่างงาน เพื่อให้ได้รับการรักษาพยาบาลและมีรายได้ต่อเนื่อง
6. ค่าประกันสุขภาพและชีวิต
7. ค่ารักษาพยาบาล

## ตารางที่ 7.4

แสดงค่าแรงทางตรงและค่าแรงทางอ้อม

ค่าตอบแทนทางตรง (Direct Pay)	ค่าตอบแทนทางอ้อม (Indirect Pay)
เงินเดือน	วันหยุด
ค่าทำงานล่วงเวลา (OT)	การลาพักร้อน
รายการหักเป็นค่าตอบแทนต่างๆ	การลาป่วย
ค่า Incentive	เงินช่วยเหลือและสวัสดิการ
ค่าโบนัสประจำปี	สิทธิประโยชน์จากประกันสังคม
	ค่าประกันสุขภาพและชีวิต
	ค่ารักษาพยาบาล



## บทที่ 8 แผนการเงิน

### 8.1 วัตถุประสงค์ของการวางแผนทางการเงิน

ในการวางแผนทางการเงินมีความจำเป็นสำหรับการดำเนินงานด้านธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ ธุรกิจเกิดความคล่องตัว (Liquidity) และเพื่อประโยชน์ในด้านการทำกำไร (Profitability) ดังนั้นทางโรงเรียนควรมีการดำเนินการทางการเงินในด้านต่างๆ ได้แก่ การพยากรณ์การเคลื่อนไหวของเงินสด (Forecasting Cash Flow) โดยมีการวางแผนทางการเงินทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพื่อให้มั่นใจว่ามีเงินสดเพียงพอ สำหรับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ และการลงทุน ซึ่งถ้าหากไม่เพียงพอจะได้หาแหล่ง กู้ยืมเงิน ถ้าหากเงินขาดมือ เท่ากับว่าธุรกิจจะขาดสภาพคล่องส่งผลให้ ธุรกิจเกิดความเสียหายได้ นอกจากนี้ การจัดหาเงินทุน (Raising Funds) ฝ่ายบริหารเลือกแหล่ง กู้ยืม เงินที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดและมีโอกาสที่จะได้รับเงินสดได้ทันตามความต้องการ และสุดท้าย การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Management) เป็นการจัดสรรว่าเงินสดที่มี หรือ เงินทุนที่เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายในรอบระยะเวลาของการปฏิบัติงาน (Operating Cycle) ซึ่งอาจจะ เป็นระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี หรือตามฤดูกาล โดยพิจารณาว่าควรนำไปใช้งานในด้านใดบ้าง และในปริมาณเท่าใด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

### 8.2 เป้าหมายด้านการเงิน

1. กำหนดระยะเวลาในการคืนทุนภายใน 7 ปี
2. มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด (NPV) ของกิจการเป็นบวก
3. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เฉลี่ย 6 ปีแรก ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20

นอกจากนี้ เพื่อทำการประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจผ่านการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (NPV) ซึ่งจะสามารถแสดงให้เห็นได้ว่า โครงการลงทุนนี้มีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน โดยการคำนวณดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลประกอบการคำนวณดังต่อไปนี้

### 8.3 นโยบายด้านการเงินและการบัญชี

1. การรับรู้รายได้ของโรงเรียน โดยการคำนวณตามเกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis)
2. ค่าเสื่อมราคาและรายจ่ายตัดบัญชี

ทางโรงเรียนใช้วิธีการตัดค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ถาวร โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์ดังต่อไปนี้

- 1) วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน อายุการใช้งาน 8 ปี
- 2) ค่าตกแต่งสำนักงาน อายุการใช้งาน 10 ปี

โดยบันทึกราคาทุนและหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์

3. วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบการเรียนและสินค้าที่นำมาจำหน่ายภายในร้าน ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องครัว วัตถุดิบออร์แกนิก อาหาร เครื่องดื่ม เป็นวัตถุดิบที่คิดตามราคาต้นทุน (วิธีราคาเฉพาะเจาะจงเนื่องจากวัตถุดิบมีราคาแตกต่างกันมากในแต่ละรายการ) หรือมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ แล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

4. วัสดุของใช้สิ้นเปลืองและอื่นๆ ตามราคาทุน (วิธีเฉลี่ยเนื่องจากจากรายการวัสดุสิ้นเปลืองจะมีความแตกต่างกันไม่มาก) หรือมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

5. เงินสดและรายการที่เทียบเท่าเงินสดที่ถืออยู่ในมือ ที่โรงเรียนต้องมีไว้เพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะอยู่ในรูปของเงินฝากธนาคาร ที่ถือได้ว่ามีสภาพคล่องสูง ที่พร้อมจะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน ในส่วนของการบริหารเงินสดของธุรกิจ ในส่วนที่มากกว่า 5 ล้านบาท จะนำไปลงทุนในตราสารหนี้ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากธนาคาร

6. การตั้งสำรองภาษีเงินได้นิติบุคคล เท่ากับร้อยละ 20 ของกำไรก่อนหักภาษี

7. กำหนดเงินสดสำรองขั้นต่ำ 1,000,000 บาท หากพบว่ายอดเงินสดและเงินฝากธนาคารต่ำกว่า 1,000,000 บาท จะทำการกู้หนี้สินระยะสั้นทันที

8. โรงเรียนไม่มีการประมาณการการจ่ายเงินปันผล เนื่องจากการพิจารณาจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยการประมาณการในบพนี้จะไม่มีการแยกเงินปันผลออกจากกำไรสะสมทั้งสิ้น

## 8.4 แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน

เพื่อให้ทางโรงเรียนสามารถรักษาระดับของความเสี่ยงกิจการไว้ไม่ให้สูงเกิน หากไม่ประสบปัญหาสภาพคล่อง หรือไม่มีแผนการลงทุน ทางโรงเรียนจะไม่มีภาระกู้หนี้สิน หรือหากจำเป็นต้องมีการกู้หนี้สิน จะมีการกำหนดเป้าหมายสำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ไว้ไม่เกิน 0.5 เท่า โดยที่โรงเรียนได้ทำการประมาณการของเงินลงทุนสำหรับการเปิดกิจการไว้ 3,034,700.00 บาท ซึ่งแหล่งที่มาของเงินทุนมีเฉพาะส่วนของผู้ถือหุ้นเท่านั้น

### 8.4.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนเริ่มแรก มาจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้ง 100% เนื่องจากเป็นธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กขนาดกลาง โดยเงินลงทุนเบื้องต้นจากการคำนวณแล้วอยู่ที่ประมาณ 3,034,700.00 บาท ซึ่งรวมเงินลงทุนเบื้องต้น (Initial cost) และเงินสดสำรองเพื่อการบริหารจัดการในช่วงแรกของการเปิดโรงเรียน ดังนั้นต้นทุนทางการเงินจึงเท่ากับต้นทุนทางการเงินจากส่วนของผู้ถือหุ้นเท่านั้น ซึ่งมีสมมติฐานว่า เจ้าผู้ถือหุ้นต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนปีละ 20%

### 8.4.2 แหล่งใช้ไปของเงินทุน

ตารางที่ 8.1

เงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจ

สินทรัพย์	จำนวนเงิน (บาท)
เงินสด/เงินฝากธนาคาร	400,000.00
สินค้าคงเหลือ	100,000.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	500,000.00
วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	474,800.00
ค่าตกแต่งสำนักงาน	600,000.00
โปรแกรม POS	11,900.00
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	1,448,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,534,700.00
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>3,034,700.00</b>

- **เงินสด** จะทำการสำรองสำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเดือนแรก ทั้งค่าใช้จ่ายเงินเดือนบุคลากร และค่าสินค้าคงคลังเตรียมไว้ให้บริการ รวมทั้งเงินสดสำรองเพื่อกรณีฉุกเฉินของกิจการรวมทั้งสิ้นประมาณ 400,000 บาท
- **สินค้าคงเหลือ** ประกอบด้วย วัตถุดิบต่างๆ ในการทำงาน สำหรับเดือนแรกคาดว่าจะมีมูลค่า 100,000 บาท
- **วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน** มีดังนี้

ตารางที่ 8.2

รายละเอียดอุปกรณ์สำนักงาน

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่า
เตาแก๊ส	29,000.00	4	116,000.00
เตาอบ	31,900.00	2	63,800.00
ตู้เย็น	11,900.00	3	35,700.00
ตู้เย็นแช่แข็ง	7,400.00	1	7,400.00
วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	200,000.00	1	200,000.00
อุปกรณ์เครื่องครัว อื่นๆ	51,900.00	1	51,900.00
		<b>รวม</b>	<b>474,800</b>

- **ค่าตกแต่งสำนักงาน** ประมาณการณเบื้องต้นที่ 600,000 บาท เป็นค่าตกแต่งภายในต่างๆ

- ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า ประกอบด้วย

ตารางที่ 8.3

รายละเอียดค่าเช่า

ค่าเช่าล่วงหน้า	จำนวนเงิน (บาท)
ประกันการเช่าและบริการ 5 เดือน	1,200,000.00
ค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน	200,000.00
เงินประกันการใช้ไฟฟ้า	20,000.00
เงินประกันการใช้น้ำประปา	20,000.00
ค่าคู่สายโทรศัพท์	8,000.00
<b>รวม</b>	<b>1,448,000.00</b>

- **รายได้รับล่วงหน้า** เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาสมัครเรียน จะมีการจ่ายเงินสดก่อน และจึงเริ่มเรียนโดยใช้เวลาเรียน 2 เดือน ดังนั้นการคำนวณรายได้รับล่วงหน้าจะทำการประมาณการ โดยใช้เงินสดที่รับเข้ามาล่วงหน้า 1 เดือน หรือเท่ากับ  $(1/12) \times$  ยอดขายในปีถัดไป

## 8.5 สมมติฐานการประมาณทางการเงิน

เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนธุรกิจนี้ ทางบริษัท ได้จัดทำประมาณการทางการเงินในช่วงระยะเวลาทั้งหมด 6 ปี นับแต่เริ่มกิจการ คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2564 โดยอาศัยสมมติฐานต่อไปนี้

### 8.5.1 สมมติฐานในการดำเนินแผนการเงิน

สมมติฐานที่ 1 บริษัทมีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ประเภทบริษัทจำกัด โดยมีการคาดการณ์ว่าจะใช้เวลาในการตกแต่งโรงเรียนประมาณ 2 เดือน และจะเริ่มเปิดดำเนินการได้ในเดือน ตุลาคม 2559

สมมติฐานที่ 2 อัตราการเติบโตในส่วนของรายได้ จะมีการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 10 ในปี 2560 ถึง 2564

สมมติฐานที่ 3 อัตราการเติบโตของรายได้ตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปีอนันต์ จะมีค่าคงที่ร้อยละ 3 ต่อปี เนื่องจากยึดหลัก Terminal Value และ Going Concern

สมมติฐานที่ 4 กิจการรับชำระค่าบริการเป็นเงินสด และมีการรับบัตรเครดิต จากลูกค้าการค้า

สมมติฐานที่ 5 ในส่วนของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสมมติว่า สามารถจ่ายได้โดยทันที ภายในปีที่มีการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 6 ทำการประมาณระยะเวลาของโครงการจำนวน 5 ปี และรอบระยะเวลาของบัญชี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี โดยไม่มีการนำเงินสด คงเหลือจากการดำเนินธุรกิจไปทำการลงทุนในด้านอื่น

สมมติฐานที่ 7 ค่าเพื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย คาดว่าวัตถุดิบสินค้าคงเหลือจะมีการเน่าเสียปีละประมาณ 10%

สมมติฐานที่ 8 ปกติจะมีนักเรียนมาเรียนเฉลี่ยเดือนละ 180 คน โดยลูกค้าที่เข้ามาสมัครเรียน จะมีการจ่ายเงินสดก่อน และจึงเริ่มเรียนใช้เวลาเรียน 2 เดือน จะมีการรับรู้รายได้รับล่วงหน้า ดังนั้น ในทุกเดือนธันวาคม จะมีการรับรู้รายได้จากการประมาณการ 1 เดือน และทำการประมาณการโดยใช้เงินสดที่รับเข้ามาล่วงหน้าอีก 1 เดือน เป็นรายได้รับล่วงหน้าของปีถัดไป

#### 8.5.1.1 การประมาณการรายได้

- **รายได้จากนักเรียน** คาดว่าตั้งแต่ดำเนินกิจการในปี 2559 และ 2560 จะมีลูกค้าเข้ามาไม่เท่ากันในแต่ละเดือนขึ้นอยู่กับฤดูกาล แต่จากการประมาณการณ์โดยเฉลี่ยเป็นรายปี จะได้ปริมาณนักเรียนที่คาดไว้ ดังนี้

ตารางที่ 8.4

รายละเอียดรายได้หลัก

รายได้หลัก	คนสมัครต่อปี
Little Chef	1,080
Kids Chef	540
Pupil Chef	540
<b>รวม</b>	<b>2,160</b>

- รายได้จากการขาย

ตารางที่ 8.5

รายละเอียดรายได้เสริม

รายได้เสริม	รายได้ต่อเดือน (บาท)	รายได้ต่อปี (บาท)
จำหน่ายเครื่องครัวสำหรับเด็ก	50,000.00	600,000.00
บริการห้องครัว	20,000.00	240,000.00
จำหน่ายวัตถุดิบออร์แกนิก	15,000.00	180,000.00
จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ	40,000.00	480,000.00
รายได้จากการเช่าพื้นที่ครัว	10,000.00	120,000.00
<b>รวม</b>		<b>1,620,000.00</b>

8.5.1.2 การประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- ชั่วโมงแรงงานครูผู้สอน ปัจจุบันกำหนดไว้ที่ 800 บาทต่อชั่วโมง และ

มีการปรับอัตราดังกล่าวปีละ 2.5% ตามอัตราเงินเฟ้อ

- ต้นทุนสินค้าขาย ดังนี้

ตารางที่ 8.6

รายละเอียดเปอร์เซ็นต์ต้นทุนต่อยอดขาย

เปอร์เซ็นต์ต้นทุน	
จำหน่ายเครื่องครัวสำหรับเด็ก	60.00%
บริการห้องครัว	25.00%
จำหน่ายวัตถุดิบออร์แกนิก	60.00%
จำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ	40.00%
วัตถุดิบจากการเช่าพื้นที่ครัว	20.00%

**เงินเดือนพนักงาน** คาดว่ามีการเติบโตปีละ 5% โดยเบื้องต้นคาดว่าจะมีการจ่ายค่าตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนสำหรับแต่ละตำแหน่งดังนี้

ตารางที่ 8.7

รายละเอียดตำแหน่งบุคลากรในโรงเรียน

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	รวม (บาท)
ผู้บริหาร	1	50,000	50,000
ผู้จัดการสาขา	1	30,000	30,000
แผนกต้อนรับและบริการลูกค้า	1	12,000	12,000
แผนกการเงิน/แผนกบัญชีและการเงิน	1	18,000	18,000
แผนกลูกค้าสัมพันธ์	1	12,000	12,000
นักโภชนาการ	1	30,000	30,000
ฝ่ายขายและการตลาด/แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	20,000	20,000
แผนกทรัพยากรบุคคล	1	15,000	15,000
แผนกจัดซื้อ/แผนกคลังสินค้า	1	15,000	15,000
แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม	2	9,000	18,000
แผนกทำความสะอาด	2	9,000	18,000

**ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย** คาดว่าวัตถุดิบสินค้าคงเหลือจะมีการเน่าเสียปีละประมาณ 10%

**โบนัสและสวัสดิการต่างๆ ของพนักงาน** ในส่วนนี้จะเป็ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานพิเศษที่นอกเหนือจากเงินเดือน ซึ่งทางโรงเรียนสามารถควบคุมปริมาณการจ่ายในส่วนนี้ได้ โดยบริษัทมีนโยบายในการควบคุมค่าใช้จ่ายส่วนนี้ไว้ประมาณ 20% ของเงินเดือนพนักงาน

**ค่าสาธารณูปโภค** ประกอบด้วยค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ โดยคาดว่าค่าสาธารณูปโภคจะแปรผันตามรายได้เนื่องจากหากมีรายได้สูง ย่อมต้องมีการใช้สาธารณูปโภคสูงตามด้วย โดยประมาณการค่าสาธารณูปโภคคิดเป็น 5% ของรายได้

**ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด** ประมาณปีละ 555,000 บาท และคาดว่าจะมีอัตราเติบโต 5% ต่อปี



ค่าเช่า มีการทำสัญญาเดือนละ 240,000 บาท อายุการเช่า 3 ปี โดย  
คาดว่าทุกๆ 3 ปี ค่าเช่าจะขึ้น 15%

#### 8.5.2 ประมาณการงบการเงิน ในระยะเวลา 5 ปี

ภายใต้สมมติฐานทางการเงินข้างต้น บริษัทได้จัดทำการประมาณการงบการเงิน  
เพื่อประกอบการวิเคราะห์โครงการไว้ ดังนี้



ตารางที่ 8.8

ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
รายได้	4,422,600.00	17,690,400.00	19,459,440.00	21,405,384.00	23,545,922.40	25,900,514.64
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	10,164,000.00	11,180,400.00	12,298,440.00	13,528,284.00
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,112,600.00</b>	<b>8,450,400.00</b>	<b>9,295,440.00</b>	<b>10,224,984.00</b>	<b>11,247,482.40</b>	<b>12,372,230.64</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>						
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือน่าเสีย	10,000.00	11,000.00	12,100.00	13,310.00	14,641.00	16,105.10
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,767,744.00	1,944,518.40	2,138,970.24	2,352,867.26
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
กำไรจากการดำเนินงาน	<b>-14,710.00</b>	<b>-29,840.00</b>	<b>454,286.00</b>	<b>888,780.10</b>	<b>1,495,976.89</b>	<b>2,174,869.29</b>
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	29,837.50	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00
<b>กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี (EBIT)</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,190.00</b>	<b>334,936.00</b>	<b>769,430.10</b>	<b>1,376,626.89</b>	<b>2,055,519.29</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>กำไรก่อนภาษี (EBT)</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,190.00</b>	<b>334,936.00</b>	<b>769,430.10</b>	<b>1,376,626.89</b>	<b>2,055,519.29</b>
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	66,987.20	153,886.02	275,325.38	411,103.86
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,190.00</b>	<b>267,948.80</b>	<b>615,544.08</b>	<b>1,101,301.51</b>	<b>1,644,415.43</b>

ตารางที่ 8.9

ประมาณงบแสดงฐานะทางการเงิน (บาท)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>สินทรัพย์</b>						
เงินสด/เงินฝากธนาคาร	1,859,490.00	1,967,070.00	2,505,530.80	3,189,503.08	4,593,060.61	6,558,022.66
สินค้าคงเหลือ	100,000.00	110,000.00	121,000.00	133,100.00	146,410.00	161,051.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,959,490.00	2,077,070.00	2,626,530.80	3,322,603.08	4,739,470.61	6,719,073.66
วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	459,962.50	400,612.50	341,262.50	281,912.50	222,562.50	163,212.50
ค่าตกแต่งสำนักงาน	585,000.00	525,000.00	465,000.00	405,000.00	345,000.00	285,000.00
โปรแกรม POS	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	1,448,000.00	1,448,000.00	1,448,000.00	1,665,200.00	1,665,200.00	1,665,200.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,504,862.50	2,385,512.50	2,266,162.50	2,364,012.50	2,244,662.50	2,125,312.50
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,462,582.50</b>	<b>4,892,693.30</b>	<b>5,686,615.58</b>	<b>6,984,133.11</b>	<b>8,844,386.16</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สิน</b>						
รายได้รับล่วงหน้า	1,474,200.00	1,621,620.00	1,783,782.00	1,962,160.20	2,158,376.22	2,374,213.84
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,474,200.00	1,621,620.00	1,783,782.00	1,962,160.20	2,158,376.22	2,374,213.84
เงินกู้ยืมระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,474,200.00</b>	<b>1,621,620.00</b>	<b>1,783,782.00</b>	<b>1,962,160.20</b>	<b>2,158,376.22</b>	<b>2,374,213.84</b>

ตารางที่ 8.9

ประมาณงบแสดงฐานะทางการเงิน (บาท) (ต่อ)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>ส่วนของเจ้าของ</b>						
ทุนจดทะเบียน	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00
กำไรสะสม	-44,547.50	-193,737.50	74,211.30	689,755.38	1,791,056.89	3,435,472.32
<b>รวมส่วนของเจ้าของ</b>	<b>2,990,152.50</b>	<b>2,840,962.50</b>	<b>3,108,911.30</b>	<b>3,724,455.38</b>	<b>4,825,756.89</b>	<b>6,470,172.32</b>
<b>หนี้สิน+ส่วนของเจ้าของ</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,462,582.50</b>	<b>4,892,693.30</b>	<b>5,686,615.58</b>	<b>6,984,133.11</b>	<b>8,844,386.16</b>

ตารางที่ 8.10

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>1.) กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>						
<b>เงินสดรับ</b>						
ยอดขาย	4,422,600.00	17,690,400.00	19,459,440.00	21,405,384.00	23,545,922.40	25,900,514.64
ยอดเงินรับ Cash Inflow	5,896,800.00	17,837,820.00	19,621,602.00	21,583,762.20	23,742,138.42	26,116,352.26
<b>รวมเงินสดรับ (A)</b>	<b>5,896,800.00</b>	<b>17,837,820.00</b>	<b>19,621,602.00</b>	<b>21,583,762.20</b>	<b>23,742,138.42</b>	<b>26,116,352.26</b>
<b>เงินสดจ่าย</b>						
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	10,164,000.00	11,180,400.00	12,298,440.00	13,528,284.00
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย	10,000.00	11,000.00	12,100.00	13,310.00	14,641.00	16,105.10
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,767,744.00	1,944,518.40	2,138,970.24	2,352,867.26
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	66,987.20	153,886.02	275,325.38	411,103.86
<b>รวมเงินสดจ่าย (B)</b>	<b>4,437,310.00</b>	<b>17,720,240.00</b>	<b>19,072,141.20</b>	<b>20,670,489.92</b>	<b>22,325,270.89</b>	<b>24,136,749.21</b>
<b>กระแสเงินจากการดำเนินงานสุทธิ (A - B)</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>117,580.00</b>	<b>549,460.80</b>	<b>913,272.28</b>	<b>1,416,867.53</b>	<b>1,979,603.05</b>

ตารางที่ 8.10

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) (ต่อ)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>2.) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>						
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้ารับคืน				1,448,000.00		
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า				-1,665,200.00		
Change in net working capital		-10,000.00	-11,000.00	-12,100.00	-13,310.00	-14,641.00
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนสุทธิ</b>	<b>0.00</b>	<b>-10,000.00</b>	<b>-11,000.00</b>	<b>-229,300.00</b>	<b>-13,310.00</b>	<b>-14,641.00</b>
<b>รวมกระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>107,580.00</b>	<b>538,460.80</b>	<b>683,972.28</b>	<b>1,403,557.53</b>	<b>1,964,962.05</b>

ตารางที่ 8.11

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
ROA	-1.00%	-3.34%	6.85%	13.53%	19.71%	23.24%
ROE	-1.47%	-4.92%	8.83%	20.28%	36.29%	54.19%
NPV	4,486,515.77				ROE เฉลี่ย	22.93%
IRR	55.78%					
Payback period (ปี)	4.41					

## 8.6 การวิเคราะห์งบการเงิน

การวิเคราะห์งบการเงิน เป็นการใช้เครื่องมือต่างๆ มาประเมินผลการดำเนินงานของโรงเรียน โดยพิจารณาจากงบการเงิน ให้ทราบถึงฐานะและความมั่นคงของโรงเรียน ดังต่อไปนี้

### 8.6.1 งบกำไรขาดทุน

จากงบกำไรขาดทุน จะเห็นได้ว่าในปี 2559 บริษัทสามารถสร้างรายได้ได้เพียง 25% ของที่ประมาณการณเบื้องต้นเนื่องจากเริ่มดำเนินธุรกิจในเดือนตุลาคม ทำให้มีรายได้น้อยมาก และเริ่มมีรายได้เต็มที่ในปี 2560 และตั้งแต่ปี 2561-2564 แปรนต์ A. Little Chef เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้น จึงได้กำหนดอัตราการเติบโตของรายได้อยู่ที่ร้อยละ 10 และตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นไป ได้กำหนดอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับคงที่ร้อยละ 3 เนื่องจากไม่สามารถประเมินภาวะเศรษฐกิจในอนาคตและภาวะการแข่งขันที่อาจรุนแรงมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ได้กำหนดอัตราการเติบโตของต้นทุนตามอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2.5 ต่อปี ส่วนค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน ทางโรงเรียนได้กำหนดอัตราการเพิ่มหรือลดลงขึ้นอยู่กับประเภทของค่าใช้จ่าย ดังแสดงที่ตาราง 8.8 อีกทั้งสภาพคล่องทางการเงินที่ดีของโรงเรียน เห็นได้จากกำไรสุทธิที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี

### 8.6.2 งบแสดงฐานะทางการเงิน

จากงบแสดงฐานะทางการเงิน สามารถวิเคราะห์ได้ว่า สินทรัพย์หมุนเวียนมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากบริษัทยังไม่มีกำหนดนโยบายจ่ายเงินปันผลที่แน่นอน ทำให้บริษัทมีเงินสดเข้ามาในธุรกิจทุกปี ในขณะที่สินทรัพย์ถาวรมีการปรับลดลงเล็กน้อยตามค่าเสื่อมราคา ซึ่งภายในระยะเวลา 5 ปีแรก ยังไม่มีแผนการที่จะ Renovate โรงเรียนใหม่ ในส่วนของหนี้สินนั้น พบว่าในทุกๆ ปีจะมียอดรายได้รับล่วงหน้าเพิ่มขึ้นเนื่องจากการที่นักเรียนมาสมัครเรียนนั้น เป็นการจ่ายค่าหลักสูตรก่อนทั้งหมด จากนั้นจึงเริ่มเรียนโดยใช้เวลา 2 เดือน ทำให้เกิดรายได้รับล่วงหน้าขึ้น

### 8.6.3 งบกระแสเงินสด

จากงบกระแสเงินสด สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการไม่นำเงินสดไปลงทุนเพิ่ม จึงทำให้โรงเรียนมีกระแสเงินสดดำเนินงานเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี



## 8.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

การตัดสินใจลงทุนจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ เพราะหากไม่พิจารณาให้ดีแล้ว อาจเสี่ยงต่อการขาดทุนของโรงเรียนได้ ดังนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงต้องวิเคราะห์การลงทุนด้วยเครื่องมือทางการเงินดังต่อไปนี้

### 8.7.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนคำนวณจากกระแสเงินสดส่วนที่ปราศจากภาระผูกพัน (Free Cash Flow; FCF) พิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด (Net Present Value; NPV) โดยใช้อัตราเท่ากับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital; WACC) คือร้อยละ 20 รวมมูลค่าสุดท้าย (Terminal Value) สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเงินลงทุนเริ่มแรก 3,034,700.00 บาท กิจกรรมมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดในอนาคตของการลงทุน (NPV) เท่ากับ 4,486,515.77 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับร้อยละ 55.78 สรุปได้ว่าธุรกิจนี้เหมาะแก่การลงทุน เพราะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

### 8.7.2 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาในการคืนทุนเท่ากับ 4.41 ปี ถือได้ว่าอยู่ระดับค่อนข้างเร็วมาก เพราะที่ใช้เงินลงทุนในปริมาณที่ไม่ได้สูงมาก และไม่มีภาระดอกเบี้ยที่เกิดจากการกู้ยืมพร้อมทั้งเป็นที่ให้ความสนใจและเป็นที่ต้องการของผู้ปกครองที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาการของบุตรหลานเป็นอย่างมาก

จากเครื่องมือทางการเงินทั้งหมดที่กล่าวมา สรุปได้ว่าธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef นั้น มีความน่าสนใจในการลงทุน ที่มีทั้งระยะเวลาคืนทุนที่เร็ว และธุรกิจมีกระแสเงินสดสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนอยู่ในระดับสูง และมีมูลค่าธุรกิจในปีอนันต์ (Terminal Value) อยู่ในระดับที่สูงมาก

### 8.7.3 อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

จากการพิจารณา ROE พบว่าสูงขึ้นทุกปีตามอัตราเติบโตที่คาด ซึ่งอัตราผลตอบแทน ROE เฉลี่ย 5 ปีแรกเท่ากับ 22.93% ซึ่งมากกว่าที่คาดไว้คือ 20% ดังนั้นจึงสรุปว่าการลงทุนครั้งนี้มีความน่าสนใจ

## 8.8 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitive Analysis)

ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และส่งเสริมการตลาดและยอดขาย เป็นปัจจัยที่มีสำคัญยิ่งที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจควรจึงคำนึงถึงความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าวทั้งในแง่บวกและแง่ลบด้วย

### 8.8.1 ต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold)

สินค้าผลิตภัณฑของ A. Little Chef และสินค้าสิ้นเปลืองสำหรับนำมาให้บริการในโรงเรียน เช่น วัสดุติดบอร์ดแกนิค เครื่องปรุงต่างๆ น้ำยาล้างจาน เป็นต้น ทางโรงเรียนจะต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิต ดังนั้นสินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงราคาตามราคาและเงื่อนไขของผู้ผลิต

### 8.8.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและส่งเสริมการตลาด (Selling, General & Administrative Expense; SG&A)

ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและส่งเสริมการตลาด เช่น สภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับค่าแรง รวมไปถึงปัญหาทางการเมือง ล้วนส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายดังกล่าวทั้งสิ้น จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีค่าที่ไม่คงที่

### 8.8.3 ยอดขาย (Sale)

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก จะมีรายได้หลักจากการให้บริการสอนทำอาหารเด็ก ซึ่งจะเพิ่มลดขึ้นอยู่กับจำนวนของนักเรียนที่มาเรียน และจำนวนผู้ปกครองที่มาใช้บริการ รวมถึงการแข่งขันในเรื่องราคาของคู่แข่ง ดังนั้นธุรกิจจะเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายจึงต้องมีคุณภาพมาตรฐานของหลักสูตรและการบริการดูแลเอาใจใส่ที่ดี และมีราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพ

โดยสามารถนำทั้ง 3 ปัจจัยมาวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีสมมติดังต่อไปนี้

- 1) ต้นทุนขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1
- 2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 1
- 3) ยอดขายเติบโตลดลงร้อยละ 1

โดยแต่ละปัจจัยมีการส่งผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ดังตารางที่ 8.12

## ตารางที่ 8.12

แสดงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความไวในการเปลี่ยนแปลง

เงื่อนไข	NPV (บาท)	เปลี่ยนแปลง (บาท)	ร้อยละ
สถานะปกติ	4,486,515.77	0	0
ต้นทุนขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1	3,991,809.17	494,706.60	11.03%
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 1	4,084,510.05	402,005.72	8.96%
ยอดขายเติบโตลดลงร้อยละ 1	3,585,896.14	900,619.63	20.07%

สรุปได้ว่ายอดขายมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมา คือ ต้นทุนขาย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดังนั้น ทางโรงเรียนต้องให้ความสำคัญกับยอดขายมากที่สุด

### 8.9 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

นอกจากจะวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงมีการจำลองสถานการณ์ 3 กรณี ดังนี้

#### 8.9.1 กรณีสถานการณ์ปกติ (Base Case)

กำหนดให้สมมติฐานทั้งหมดคงเดิมตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้

#### 8.9.2 กรณีสถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด สมมติให้โรงเรียนได้รับกระแสตอบรับที่ดีมาก ยอดนักเรียนที่เข้ามาสมัครเรียนมีการเติบโตในช่วง 5 ปีแรกเพิ่มขึ้นเป็น 15%

โดยในการประมาณการณ์ผลการดำเนินงานจะเป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.13

ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
รายได้	4,422,600.00	17,690,400.00	20,343,960.00	23,395,554.00	26,904,887.10	30,940,620.17
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	10,626,000.00	12,219,900.00	14,052,885.00	16,160,817.75
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,112,600.00</b>	<b>8,450,400.00</b>	<b>9,717,960.00</b>	<b>11,175,654.00</b>	<b>12,852,002.10</b>	<b>14,779,802.42</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>						
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย	10,000.00	11,500.00	13,225.00	15,208.75	17,490.06	20,113.57
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,848,096.00	2,125,310.40	2,444,106.96	2,810,723.00
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
กำไรจากการดำเนินงาน	<b>-14,710.00</b>	<b>-30,340.00</b>	<b>795,329.00</b>	<b>1,656,759.35</b>	<b>2,792,510.80</b>	<b>4,120,576.85</b>
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	29,837.50	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี (EBIT)	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,690.00</b>	<b>675,979.00</b>	<b>1,537,409.35</b>	<b>2,673,160.80</b>	<b>4,001,226.85</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>กำไรก่อนภาษี (EBT)</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,690.00</b>	<b>675,979.00</b>	<b>1,537,409.35</b>	<b>2,673,160.80</b>	<b>4,001,226.85</b>
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	135,195.80	307,481.87	534,632.16	800,245.37
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-149,690.00</b>	<b>540,783.20</b>	<b>1,229,927.48</b>	<b>2,138,528.64</b>	<b>3,200,981.48</b>

ตารางที่ 8.14

ประมาณงบแสดงสถานะทางการเงิน (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>สินทรัพย์</b>						
เงินสด/เงินฝากธนาคาร	1,859,490.00	2,035,280.00	2,932,462.70	4,337,147.11	6,908,523.71	10,460,458.60
สินค้าคงเหลือ	100,000.00	115,000.00	132,250.00	152,087.50	174,900.63	201,135.72
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,959,490.00	2,150,280.00	3,064,712.70	4,489,234.61	7,083,424.34	10,661,594.32
วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	459,962.50	400,612.50	341,262.50	281,912.50	222,562.50	163,212.50
ค่าตกแต่งสำนักงาน	585,000.00	525,000.00	465,000.00	405,000.00	345,000.00	285,000.00
โปรแกรม POS	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	1,448,000.00	1,448,000.00	1,448,000.00	1,665,200.00	1,665,200.00	1,665,200.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,504,862.50	2,385,512.50	2,266,162.50	2,364,012.50	2,244,662.50	2,125,312.50
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,535,792.50</b>	<b>5,330,875.20</b>	<b>6,853,247.11</b>	<b>9,328,086.84</b>	<b>12,786,906.82</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สิน</b>						
รายได้รับล่วงหน้า	1,474,200.00	1,695,330.00	1,949,629.50	2,242,073.93	2,578,385.01	2,836,223.52
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,474,200.00	1,695,330.00	1,949,629.50	2,242,073.93	2,578,385.01	2,836,223.52
เงินกู้ยืมระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,474,200.00</b>	<b>1,695,330.00</b>	<b>1,949,629.50</b>	<b>2,242,073.93</b>	<b>2,578,385.01</b>	<b>2,836,223.52</b>

ตารางที่ 8.14

ประมาณงบแสดงฐานะทางการเงิน (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case) (ต่อ)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>ส่วนของเจ้าของ</b>						
ทุนจดทะเบียน	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00
กำไรสะสม	-44,547.50	-194,237.50	346,545.70	1,576,473.18	3,715,001.82	6,915,983.30
<b>รวมส่วนของเจ้าของ</b>	<b>2,990,152.50</b>	<b>2,840,462.50</b>	<b>3,381,245.70</b>	<b>4,611,173.18</b>	<b>6,749,701.82</b>	<b>9,950,683.30</b>
<b>หนี้สิน+ส่วนของเจ้าของ</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,535,792.50</b>	<b>5,330,875.20</b>	<b>6,853,247.11</b>	<b>9,328,086.84</b>	<b>12,786,906.82</b>

ตารางที่ 8.15

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>1.) กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>						
<b>เงินสดรับ</b>						
ยอดขาย	4,422,600.00	17,690,400.00	20,343,960.00	23,395,554.00	26,904,887.10	30,940,620.17
ยอดเงินรับ Cash Inflow	5,896,800.00	17,911,530.00	20,598,259.50	23,687,998.43	27,241,198.19	31,198,458.67
<b>รวมเงินสดรับ (A)</b>	<b>5,896,800.00</b>	<b>17,911,530.00</b>	<b>20,598,259.50</b>	<b>23,687,998.43</b>	<b>27,241,198.19</b>	<b>31,198,458.67</b>
<b>เงินสดจ่าย</b>						
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	10,626,000.00	12,219,900.00	14,052,885.00	16,160,817.75
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย	10,000.00	11,500.00	13,225.00	15,208.75	17,490.06	20,113.57
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,848,096.00	2,125,310.40	2,444,106.96	2,810,723.00
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	135,195.80	307,481.87	534,632.16	800,245.37
<b>รวมเงินสดจ่าย (B)</b>	<b>4,437,310.00</b>	<b>17,720,740.00</b>	<b>19,683,826.80</b>	<b>22,046,276.52</b>	<b>24,647,008.46</b>	<b>27,620,288.68</b>
<b>กระแสเงินจากการดำเนินงานสุทธิ (A - B)</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>190,790.00</b>	<b>914,432.70</b>	<b>1,641,721.91</b>	<b>2,594,189.73</b>	<b>3,578,169.98</b>

ตารางที่ 8.15

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case) (ต่อ)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>2.) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>						
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้ารับคืน				1,448,000.00		
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า				-1,665,200.00		
Change in net working capital		-15,000.00	-17,250.00	-19,837.50	-22,813.13	-26,235.09
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนสุทธิ</b>	<b>0.00</b>	<b>-15,000.00</b>	<b>-17,250.00</b>	<b>-237,037.50</b>	<b>-22,813.13</b>	<b>-26,235.09</b>
<b>รวมกระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>175,790.00</b>	<b>897,182.70</b>	<b>1,404,684.41</b>	<b>2,571,376.61</b>	<b>3,551,934.89</b>



ตารางที่ 8.16

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กรณีที่สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
ROA	-1.00%	-3.30%	12.68%	22.43%	28.66%	31.29%
ROE	-1.47%	-4.93%	17.82%	40.53%	70.47%	105.48%
NPV	9,319,456.78				ROE เฉลี่ย	45.87%
IRR	77.43%					
Payback period (ปี)	3.47					

### 8.9.3 กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

ในสถานการณ์ที่เลวร้าย สมมติให้โรงเรียนได้รับกระแสตอบรับที่ไม่ดี ยอดนักเรียนที่เข้ามาสมัครเรียนมีการเติบโตในช่วง 5 ปีแรกเพิ่มขึ้นเป็น 5% โดยในการประมาณการณ์ผลการดำเนินงานจะเป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8.17

ประมาณการงบกำไรขาดทุน (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
รายได้	4,422,600.00	17,690,400.00	18,574,920.00	19,503,666.00	20,478,849.30	21,502,791.77
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	9,702,000.00	10,187,100.00	10,696,455.00	11,231,277.75
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,112,600.00</b>	<b>8,450,400.00</b>	<b>8,872,920.00</b>	<b>9,316,566.00</b>	<b>9,782,394.30</b>	<b>10,271,514.02</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>						
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเพื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย	10,000.00	10,500.00	11,025.00	11,576.25	12,155.06	12,762.82
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,687,392.00	1,771,761.60	1,860,349.68	1,953,367.16
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
กำไรจากการดำเนินงาน	<b>-14,710.00</b>	<b>-29,340.00</b>	<b>113,193.00</b>	<b>154,852.65</b>	<b>311,995.28</b>	<b>476,995.05</b>
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	29,837.50	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00	119,350.00
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี (EBIT)	<b>-44,547.50</b>	<b>-148,690.00</b>	<b>-6,157.00</b>	<b>35,502.65</b>	<b>192,645.28</b>	<b>357,645.05</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>กำไรก่อนภาษี (EBT)</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-148,690.00</b>	<b>-6,157.00</b>	<b>35,502.65</b>	<b>192,645.28</b>	<b>357,645.05</b>
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	0.00	7,100.53	38,529.06	71,529.01
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>-44,547.50</b>	<b>-148,690.00</b>	<b>-6,157.00</b>	<b>28,402.12</b>	<b>154,116.23</b>	<b>286,116.04</b>

ตารางที่ 8.18

ประมาณงบแสดงสถานะทางการเงิน (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>สินทรัพย์</b>						
เงินสด/เงินฝากธนาคาร	1,859,490.00	1,898,860.00	2,084,198.50	2,090,503.40	2,443,510.03	3,022,088.47
สินค้าคงเหลือ	100,000.00	105,000.00	110,250.00	115,762.50	121,550.63	127,628.16
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,959,490.00	2,003,860.00	2,194,448.50	2,206,265.90	2,565,060.66	3,149,716.63
วัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	459,962.50	400,612.50	341,262.50	281,912.50	222,562.50	163,212.50
ค่าตกแต่งสำนักงาน	585,000.00	525,000.00	465,000.00	405,000.00	345,000.00	285,000.00
โปรแกรม POS	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00	11,900.00
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า	1,448,000.00	1,448,000.00	1,448,000.00	1,665,200.00	1,665,200.00	1,665,200.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,504,862.50	2,385,512.50	2,266,162.50	2,364,012.50	2,244,662.50	2,125,312.50
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,389,372.50</b>	<b>4,460,611.00</b>	<b>4,570,278.40</b>	<b>4,809,723.16</b>	<b>5,275,029.13</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
<b>หนี้สิน</b>						
รายได้รับล่วงหน้า	1,474,200.00	1,547,910.00	1,625,305.50	1,706,570.78	1,791,899.31	1,971,089.25
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,474,200.00	1,547,910.00	1,625,305.50	1,706,570.78	1,791,899.31	1,971,089.25
เงินกู้ยืมระยะยาว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,474,200.00</b>	<b>1,547,910.00</b>	<b>1,625,305.50</b>	<b>1,706,570.78</b>	<b>1,791,899.31</b>	<b>1,971,089.25</b>

ตารางที่ 8.18

ประมาณงบแสดงฐานะทางการเงิน (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) (ต่อ)

	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>ส่วนของเจ้าของ</b>						
ทุนจดทะเบียน	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00	3,034,700.00
กำไรสะสม	-44,547.50	-193,237.50	-199,394.50	-170,992.38	-16,876.15	269,239.88
<b>รวมส่วนของเจ้าของ</b>	<b>2,990,152.50</b>	<b>2,841,462.50</b>	<b>2,835,305.50</b>	<b>2,863,707.62</b>	<b>3,017,823.85</b>	<b>3,303,939.88</b>
<b>หนี้สิน+ส่วนของเจ้าของ</b>	<b>4,464,352.50</b>	<b>4,389,372.50</b>	<b>4,460,611.00</b>	<b>4,570,278.40</b>	<b>4,809,723.16</b>	<b>5,275,029.13</b>

ตารางที่ 8.19

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>1.) กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>						
<b>เงินสดรับ</b>						
ยอดขาย	4,422,600.00	17,690,400.00	18,574,920.00	19,503,666.00	20,478,849.30	21,502,791.77
ยอดเงินรับ Cash Inflow	5,896,800.00	17,764,110.00	18,652,315.50	19,584,931.28	20,564,177.84	21,681,981.70
<b>รวมเงินสดรับ (A)</b>	<b>5,896,800.00</b>	<b>17,764,110.00</b>	<b>18,652,315.50</b>	<b>19,584,931.28</b>	<b>20,564,177.84</b>	<b>21,681,981.70</b>
<b>เงินสดจ่าย</b>						
ต้นทุนผันแปร	2,310,000.00	9,240,000.00	9,702,000.00	10,187,100.00	10,696,455.00	11,231,277.75
เงินเดือนพนักงาน	714,000.00	2,856,000.00	2,998,800.00	3,148,740.00	3,306,177.00	3,471,485.85
โบนัสและสวัสดิการพนักงาน	142,800.00	571,200.00	599,760.00	629,748.00	661,235.40	694,297.17
ค่าเผื่อสินค้าคงเหลือเน่าเสีย	10,000.00	10,500.00	11,025.00	11,576.25	12,155.06	12,762.82
ค่าสาธารณูปโภค	401,760.00	1,607,040.00	1,687,392.00	1,771,761.60	1,860,349.68	1,953,367.16
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	138,750.00	555,000.00	582,750.00	611,887.50	642,481.88	674,605.97
ค่าเช่า	720,000.00	2,880,000.00	2,880,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00	2,988,000.00
ภาษีเงินได้	0.00	0.00	0.00	7,100.53	38,529.06	71,529.01
<b>รวมเงินสดจ่าย (B)</b>	<b>4,437,310.00</b>	<b>17,719,740.00</b>	<b>18,461,727.00</b>	<b>19,355,913.88</b>	<b>20,205,383.07</b>	<b>21,097,325.73</b>
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (A - B)</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>44,370.00</b>	<b>190,588.50</b>	<b>229,017.39</b>	<b>358,794.76</b>	<b>584,655.97</b>

ตารางที่ 8.19

ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) (ต่อ)

รายการ	2559	2560	2561	2562	2563	2564
<b>2.) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน</b>						
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้ารับคืน				1,448,000.00		
ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า				-1,665,200.00		
Change in net working capital		-5,000.00	-5,250.00	-5,512.50	-5,788.13	-6,077.53
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนสุทธิ	0.00	-5,000.00	-5,250.00	-222,712.50	-5,788.13	-6,077.53
<b>รวมกระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>1,459,490.00</b>	<b>39,370.00</b>	<b>185,338.50</b>	<b>6,304.89</b>	<b>353,006.64</b>	<b>578,578.44</b>

ตารางที่ 8.20

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (PB) กรณีสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

	2559 (ตุลา - ธันวาคม)	2560	2561	2562	2563	2564
ROA	-1.00%	-3.39%	-0.14%	0.78%	4.01%	6.78%
ROE	-1.47%	-4.90%	-0.20%	0.94%	5.08%	9.43%
NPV	190,426.20				ROE เฉลี่ย	2.07%
IRR	22.47%					
Payback period (ปี)	9.00					

ตารางที่ 8.21

สรุปการเปรียบเทียบ NPV IRR และระยะเวลาคืนทุนของแต่ละสถานการณ์

	Worst	Base	Best	Average
ROE (เฉลี่ย)	2.07%	22.93%	45.87%	23.62%
NPV	190,426.20	4,486,515.77	9,319,456.78	4,665,466.25
IRR	22.47%	55.78%	77.43%	51.89%
Payback period (ปี)	9.00	4.41	3.47	5.63

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) ทั้ง 3 สถานการณ์คือ สถานการณ์ปกติ สถานการณ์ที่ดีที่สุด และสถานการณ์ที่เลวร้าย ทำให้ได้ผลลัพธ์ ROE, NPV, IRR, Payback period ดังตารางที่ 8.21 ข้างต้น จากนั้นจึงทำการคำนวณค่าเฉลี่ยของ ROE, NPV, IRR, Payback period โดยให้น้ำหนักทั้ง 3 สถานการณ์เท่ากันคือ 33.33% และนำค่าที่ได้มาทำการเปรียบเทียบกับเป้าหมายด้านการเงิน ได้ผลลัพธ์ดังนี้

1. เป้าหมายระยะเวลาคืนทุนภายใน 7 ปี พบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.63 ปี จึงผ่านเกณฑ์การตัดสินใจ
2. เป้าหมาย NPV เป็นบวก พบว่าค่าเฉลี่ย NPV อยู่ที่ 4,665,466.25 บาท จึงผ่านเกณฑ์การตัดสินใจ
3. เป้าหมาย ROE เฉลี่ย 6 ปีแรก ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 พบว่าค่าเฉลี่ย ROE อยู่ที่ 23.62% จึงผ่านเกณฑ์การตัดสินใจ



## บทที่ 9

### แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) และแผนในอนาคต (Future Plan)

#### 9.1 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)

การดำเนินธุรกิจมักจะมีสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาล ฯลฯ ดังนั้น เพื่อให้โรงเรียนสามารถรับมือและปรับแผนการดำเนินธุรกิจ เมื่อมีสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ จึงมีแผนรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นดังต่อไปนี้

##### 9.1.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

ทางโรงเรียนจะต้องดูแลและการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น รักษาคุณภาพ มาตรฐานของหลักสูตร ระดับการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า มีสิทธิพิเศษและของแถมแสดงความขอบคุณในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ เพิ่มสิทธิพิเศษให้เหนือกว่าคู่แข่ง มีกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องจนเกิดความจงรักภักดี (Loyalty) จัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการ

##### 9.1.2 ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังต่อไปนี้

1. การไม่สามารถรับรู้ในแบรนด์ ทางโรงเรียนต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่าการทำงานสื่อสารทางการตลาดและการเลือกใช้เครื่องมือมีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพที่จะสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ ซึ่งหากไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ก็ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการรับซื้อของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารได้เหมาะสม มากกว่านั้นโรงเรียนต้องเพิ่มงบประมาณการตลาด เพื่อเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์ และกระจายออกไปในสื่อที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ยอดขายไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากแผนการตลาดของคู่แข่งที่ดีกว่า ทางโรงเรียนก็ควรวิเคราะห์แผนการตลาดที่ใช้อยู่ว่ามีจุดอ่อนตรงไหน และศึกษาแผนการตลาดของคู่แข่งไปด้วย แล้วจึงควรนำกลับมาปรับกลยุทธ์ใหม่ให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
3. การเลือกใช้บริการของคู่แข่งจากลูกค้าเอง โรงเรียนควรทำการศึกษาและหาข้อมูลว่าปัจจัยใดที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่แข่ง และควรศึกษาถึงปัจจัยที่ลูกค้าไม่เลือกใช้บริการจากโรงเรียนด้วย เพื่อนำข้อเสนอแนะและจุดบกพร่องมาปรับและวางกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4. การร้องเรียนจากลูกค้า โรงเรียนต้องพิจารณาว่าเกิดจากการเข้าใจผิดหรือเกิดจากความผิดพลาดของโรงเรียนเอง หากเกิดจากการเข้าใจผิดโรงเรียนก็ควรอธิบายและให้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ลูกค้า หากเกิดจากความผิดพลาดของโรงเรียนเอง โรงเรียนก็ควรยอมรับผิดและขอโทษทันที และรับผิดชอบกับความเสียหายที่เกิดขึ้น มากกว่านั้นโรงเรียนควรให้สิทธิพิเศษต่างๆ ให้กับลูกค้าที่ได้รับความเสียหายอย่างเหมาะสมและเป็นที่น่าพอใจด้วย

5. การเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง โรงเรียนต้องสื่อสารและสร้างทัศนคติถึงคุณภาพที่ได้รับเมื่อเทียบกับราคาว่ามีความคุ้มค่าเหมาะสม

6. เป้าหมายและสถานการณ์ไม่สอดคล้องกัน โรงเรียนควรมีการปรับเป้าหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

7. กระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพ โรงเรียนต้องปรับปรุงกระบวนการในการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

8. แหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้หมุนเวียน โรงเรียนต้องจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อสำรองไว้ เพราะเมื่อเกิดสถานการณ์ต่างๆ โรงเรียนจะสามารถรับมือกับปัญหาการขาดสภาพคล่องได้

### 9.1.3 จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

เมื่อจำนวนของลูกค้ามีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โรงเรียนต้องบริหารจัดการกำลังทรัพยากรมนุษย์ให้เหมาะสม และแก้ไขจุดบกพร่องที่ทำให้เกิดความล่าช้า อาทิเช่น มีการวางแผนขยายพื้นที่เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เพิ่มจำนวนพนักงาน เป็นต้น มากกว่านั้นทางโรงเรียนก็ต้องรักษาคุณภาพการให้บริการที่ดีเหมือนเดิม และต้องมีการประชุมและหาแนวทางพัฒนาในแต่ละฝ่ายอย่างต่อเนื่อง

### 9.1.4 ราคาของสินค้าต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

ราคาสินค้าจะมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นตามราคาวัตถุดิบ น้ำมัน อัตราการจ้างแรงงาน ฯลฯ ดังนั้นบริษัทต้องมีการเจรจาต่อรองกับผู้ผลิต หาผู้ผลิตหลายๆ บริษัท เลือกสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาทดแทน เพื่อเป็นทางเลือกด้วยเช่นกัน ทำการตรวจสอบราคาสินค้าล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ และใช้การตรวจสอบสินค้าคงคลังให้มากขึ้น เพื่อยืดเวลาในการแก้ปัญหา

### 9.1.5 สินค้าหมด หรือมีสินค้าไม่พอจำหน่าย

ทางโรงเรียนต้องทำการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้สินค้าไม่พอจำหน่ายว่าเกิดจากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วของลูกค้า หรือเป็นการบริหารจัดการของโรงเรียนเองที่ผิดพลาด หรือเกิดจากการส่งสินค้าที่มีความล่าช้าจากผู้ผลิต ดังนั้นบริษัทต้องแก้ปัญหาด้วยการปรับการบริหารจัดการใหม่ทั้งกระบวนการ ทั้งผู้ผลิต บริษัทส่งของ แผนกคลังสินค้า และ Cafe' ที่งานมีผลซึ่งกันและกัน มากกว่านั้นทางโรงเรียนต้องขอโทษลูกค้าและแจ้งกับลูกค้าว่าจะพยายามให้ลูกค้าได้รับของให้เร็วที่สุด โดยจะโทรไปแจ้งให้ลูกค้าทราบและมารับสินค้าในทันทีที่สินค้ามาถึง

### 9.1.6 การลาออกของบุคลากร

ฝ่ายบุคคลต้องทำการศึกษาและหาสาเหตุของปัญหาเรื่องการลาออกของบุคลากร (Exit Interview) และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น หากเกิดจากเรื่องผลตอบแทนของบุคลากร ทางโรงเรียนก็ควรศึกษาผลตอบแทนเฉลี่ยในตลาดแรงงานว่าอยู่ในระดับที่เท่าไร และควรจ้างบุคลากรในอัตราที่เท่ากับหรือสูงกว่าตลาดแรงงาน รวมถึงควรมีสวัสดิการต่างๆ ที่เหมาะสมให้แก่บุคลากรด้วย เพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพมาร่วมงานและรักษาบุคลากรให้อยู่กับทางโรงเรียนในระยะยาว และทางโรงเรียนต้องมีกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการลาออก กล่าวคือ ต้องมีการแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อให้ทางโรงเรียนสามารถหาบุคลากรมาทดแทนได้ทันเวลา ซึ่งหากบุคลากรคนใดไม่ปฏิบัติตาม ทางโรงเรียนจะมีสิทธิ์ที่จะไม่จ่ายเงินเดือนในเดือนสุดท้าย อย่างไรก็ตาม โรงเรียนจะต้องแก้ไขปัญหาเบื้องต้นก่อน อย่างเช่น ให้บุคลากรที่เคยเรียนรู้งานด้านนี้ มาทำงานแทนหรือจ้างบุคลากรรายวันมาทำงานชั่วคราวแทนบุคลากรที่ลาออกไป และรีบดำเนินการรับสมัครบุคลากรใหม่ให้เร็วที่สุด

### 9.1.7 การขาดสภาพคล่องทางการเงิน

เพื่อสามารถที่จะรับมือกับปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน โรงเรียนควรมีแผนสำรองต่างๆ อาทิเช่น การหาแหล่งกู้ยืมระยะสั้น โดยการจัดทำวงเงินเบิกเกินบัญชีกับธนาคารล่วงหน้า หรือการจัดหาเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น โดยให้เพิ่มเงินลงทุนตามสัดส่วนเดิมที่ถือหุ้นอยู่ และการจัดทำงบกระแสเงินสดประมาณการล่วงหน้า เพื่อดูความต้องการใช้เงินในช่วงเวลาต่างๆ

### 9.1.8 เจ้าของสัญญายกเลิกสัญญาเช่า

ทางโรงเรียนต้องมีการทำสัญญาและระบุรายละเอียดที่ชัดเจน เกี่ยวกับระยะเวลาที่เช่า และเงื่อนไขต่างๆ อย่างไรก็ตามโรงเรียนควรทำการเจรจาต่ออายุสัญญาก่อนที่สัญญาเช่าเดิมจะหมดลง ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 เดือน หากไม่สามารถต่อสัญญาได้ในพื้นที่เดิมก็ควรเลือกพื้นที่ใหม่ และต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการใหม่ทั้งหมด

## 9.2 แผนในอนาคต (Future Plan)

แผนในอนาคตเมื่อโรงเรียนมีการดำเนินงานในสภาวะตามปกติ และมีผลประกอบการตามที่คาดหวังไว้ ทางโรงเรียนจึงมีแผนที่จะขยายธุรกิจดังนี้

### 9.2.1 ขยายสาขา

โรงเรียนจะขยายสาขาใหม่ โดยใช้แหล่งเงินจากกำไรหรือจากผู้ถือหุ้นหรือผู้ธนาคาร ซึ่งสาขาใหม่ อาจจะครบวงจรและมีการบริการที่หลากหลายมากกว่าเดิม เช่น มีเรียนเสริม

ทักษะอื่นๆ ร่วมด้วย เป็นต้น ซึ่งจะมีการให้บริการครอบคลุมในพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายสนใจเรียน ใกล้เคียงที่พักอาศัย และเลือกใช้บริการ

### 9.2.2 ขยายไปสู่ธุรกิจใกล้เคียง

โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก A. Little Chef จะเป็นโรงเรียนเสริมทักษะที่ครบวงจรที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น กรณีที่ Brand ของโรงเรียนติดตลาดและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายแล้ว ทางโรงเรียนจะมีการเสริมการเรียนเสริมทักษะในด้านต่างๆ ตามความต้องการของผู้ปกครอง เพื่อให้ นักเรียนที่มาเรียนสามารถเรียนได้หลายหลาย ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางและย้ายที่เรียน อีกทั้งขยายในสายงานของร้านอาหาร ร้านขนม เพื่อเพิ่มยอดขายและรายได้ที่มากขึ้นอีกด้วย

## รายการอ้างอิง

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2553). ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ (ตั้งใหม่). สืบค้นจาก

[http://www.dbd.go.th/download/downloads/01\\_tp/text\\_people.pdf](http://www.dbd.go.th/download/downloads/01_tp/text_people.pdf)

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน,สำนักงาน. (2546). *การประกอบอาหาร (Cooking)*. สืบค้นจาก

<http://taamkru.com/th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3/>

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2527). *การเรียนรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า*. สืบค้นจาก

<http://taamkru.com/th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9C%E0%B8%B1%E0%B8%AA%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B8%B2/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (เมษายน 2559). *สรุปประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ*. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/Pages/default.aspx>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (16สิงหาคม2553). *แนวทางการลงทุนในแฟรนไชส์การศึกษา และประเด็นสำคัญสำหรับเอสเอ็มอีในปี '53 (Start-up Business)*. สืบค้นจาก

<https://ttmemedia.wordpress.com/2010/08/16/%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9F%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%8A/>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (17ธันวาคม2556). *ธุรกิจการศึกษาเพื่อเสริมความรู้และทักษะเด็บโตต่อเนื่อง...*

*ภาคปี' 57 แฟรนไชส์กวดวิชาและสอนภาษายังคงมาแรง*. สืบค้นจาก

<http://www.hooninside.com/community-detail.php?m=9&id=261054>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนระบบกระทรวงศึกษาธิการ. *กลุ่มงานส่งเสริม*

*การศึกษาเอกชนระบบ. (2559). พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550 (แก้ไขพ.ศ.2554).*

สืบค้นจาก [http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=100&Itemid=171](http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=171)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนระบบกระทรวงศึกษาธิการ. *กลุ่มงานส่งเสริมการศึกษา*

*เอกชนระบบ. (2559). เอกสารการยื่นขอจัดตั้งโรงเรียนเอกชน. สืบค้นจาก*

[http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=88&Itemid=162](http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=162)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนระบบกระทรวงศึกษาธิการ. *กลุ่มงานส่งเสริมการศึกษา*

*เอกชนระบบ. (2559). แผนผังขั้นตอนการยื่นและการขอรับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนนอก*

*ระบบ. สืบค้นจาก* [http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87&Itemid=161](http://www.nfe-ope.com/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=161)

A Little Something. (2559). สืบค้นจาก <http://www.a-littlesomething.com/>

CookCool. (2559). สืบค้นจาก <http://kidcookingschool.cookcool.com/>

Play Chef. (2559). สืบค้นจาก <http://www.playchefthai.com/>

School Guide. (2559). *โรงเรียนเสริมทักษะเด็ก. สืบค้นจาก* <http://schoolguide.in.th/>



## แบบสอบถาม



### เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการทำแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้ศึกษาจะเก็บไว้เป็นความลับและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่อการทำแผนธุรกิจ โดยแบบสอบถามจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

ส่วนที่ 3: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้



### คำถามคัดกรอง

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมายลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมและประสบการณ์ในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะของท่านมากที่สุด

#### นิยามศัพท์

โรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ ในที่นี้หมายถึง โรงเรียนที่มีการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีการพัฒนาการในด้านต่างๆ ในแง่ของการฝึกกระบวนการคิด การฝึกทักษะทางด้านร่างกาย กล้ามเนื้อมือมัดเล็ก การยืดเส้นยืดสายเพื่อให้เด็กมีความแข็งแรงในด้านต่างๆ เช่น การเรียนโรงเรียนสอนทำอาหาร การเรียนปั้นดิน รวมถึงการเรียนเพื่อเสริมความสามารถพิเศษ เช่น การเรียนดนตรี การเรียนร้องเพลง เทควันโด ยูโด บัลเล่ต์ และอื่นๆ

ท่านเคยพาบุตรหลานไปเรียนพิเศษในโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ หรือไม่

- เคย (ข้ามไปทำข้อต่อไป)
- ไม่เคย (ไปทำต่อในส่วนที่ 2)

### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะต่างๆ

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับพฤติกรรมและประสบการณ์ในธุรกิจโรงเรียนเสริมทักษะของท่านมากที่สุด

#### 1.1 ความถี่ในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ

- 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- 2 ครั้งต่อสัปดาห์
- 3 ครั้งต่อสัปดาห์
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 1.2 วันในการเรียนเสริมทักษะ (หากเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร สามารถเลือกได้หลายคำตอบตามความเป็นจริง)

- หลังเลิกเรียน วันจันทร์-วันศุกร์
- วันเสาร์
- วันอาทิตย์
- เรียนเฉพาะปิดภาคเรียน

1.3 ช่วงเวลาในการเรียนเสริมทักษะ (หากเรียนมากกว่า 1 หลักสูตร สามารถเลือกได้หลายช่วงเวลา)

- ช่วงเช้า (8.00-10.00)
- ช่วงสาย (10.00-12.00)
- ช่วงบ่าย (13.00-15.00)
- ช่วงเย็น (16.00-18.00)
- ทั้งวัน

1.4 ประเภทของเสริมทักษะที่เรียน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ร้องเพลง
- ดนตรี ( เปียโน /กีตาร์ /กลอง เป็นต้น)
- บัลเลต์
- เทควันโด /ยูโด /มวยไทย
- ทำอาหาร
- เสริมภาษา (อังกฤษ /จีน เป็นต้น)
- เรียนปั้น (ดินน้ำมัน / ดินวิทยาศาสตร์ เป็นต้น)
- ศิลปะ (วาดรูป ระบายสี)
- เรียนข่าวปัญหา
- คอมพิวเตอร์
- เข้าคอร์สธรรมะ
- เรียนรู้วิถีไทย ใกล้เคียงธรรมชาติ
- และอื่นๆ โปรดระบุ .....

## 1.5 เหตุผลในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะต่างๆ

เหตุผลในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะต่างๆ	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์						
ฝึกทักษะในการพัฒนากล้ามเนื้อ						
ฝึกความคิดริเริ่มสร้างสรรค์						
เสริมความสามารถพิเศษ						
เตรียมความพร้อมก่อนการเข้าโรงเรียน						
ฝึกทักษะการเข้าสังคม						
ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้						

## 1.6 ครั้งแรกที่ท่านตัดสินใจเลือกโรงเรียนเสริมทักษะเหล่านี้ ท่านได้รับข้อมูลมาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ญาติพี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เคยเรียน
- คุณครูแนะนำ
- เพื่อนๆ ผู้ปกครอง (คุณพ่อ/คุณแม่/เพื่อนลูก)
- โฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ
- แผ่นพับและป้ายโฆษณา
- Social Media อาทิ Facebook Instagram Line ฯลฯ
- และอื่นๆ โปรดระบุ .....

## 1.7 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเรียนเสริมทักษะเหล่านี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- คุณพ่อ
- คุณแม่
- บุตรหลาน (เด็กๆ ประสงค์ที่จะเรียนเอง)
- เพื่อนๆ ผู้ปกครอง (คุณพ่อ/คุณแม่/เพื่อนลูก)
- เพื่อนๆ บุตรหลาน
- คุณครู
- ญาติพี่น้องเคยเรียน
- และอื่นๆ โปรดระบุ .....

1.8 ท่านเลือกโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันที่บุตรหลานเรียนอยู่ เพราะเหตุผลใด?

	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
มีคุณภาพมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนที่ดี						
ทีมงานผู้สอนมีคุณภาพและจบจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ						
ทีมงานมีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานของท่านเป็นอย่างดี						
ประทับใจในการให้บริการของพนักงานต้อนรับ						
มีโปรแกรมที่ดึงดูดให้มาเรียน						
มีราคาค่าเรียนที่เหมาะสม						
การตกแต่งและบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดี						
สะดวกต่อการเดินทาง						

1.9 ท่านเลือกโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันที่บุตรหลานเรียนอยู่แห่งนี้ ดีกว่าสถาบันอื่นหรือไม่? อย่างไร?

ดีกว่า                       ไม่ดีกว่า

เพราะ.....

.....

1.10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเรียนเสริมทักษะต่างๆ

น้อยกว่า 500 บาท

800-500 บาท

1,000-801 บาท

มากกว่า 1,000 บาท

1.11 ท่านคิดว่าโรงเรียนเสริมทักษะแห่งนี้ มีราคาสมเหตุสมผลหรือไม่ อย่างไร?

สมเหตุสมผล เพราะ.....

.....

ไม่สมเหตุสมผล เพราะ.....

.....

1.12 ปัจจุบันโรงเรียนเรียนเสริมทักษะบุตรหลานของท่านตั้งอยู่ที่ใด?

(โปรดระบุสถานที่ เช่น สยามพารากอน จามจุรีสแควร์ เซ็นทรัลพลาซ่า The Walk เกษตร-  
นวมินทร์ เป็นต้น)

.....

1.13 ท่านคิดว่าโรงเรียนเสริมทักษะแห่งนี้ มีความสะดวกในการเดินทางมากน้อยแค่ไหน เพราะ  
เหตุผลใด?

สะดวกมาก  สะดวกปานกลาง

สะดวกน้อย  ไม่สะดวก

เพราะ .....

1.14 สิ่งที่ท่านประทับใจกับโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันบุตรหลานเรียนอยู่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

มีคุณภาพมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนที่ดี

ทีมงานผู้สอนมีคุณภาพ

ทีมงานมีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานของท่านเป็นอย่างดี

ประทับใจในการให้บริการของพนักงานต้อนรับ

มีโปรแกรมชั้นต่างๆ

มีราคาค่าเรียนที่เหมาะสม

การตกแต่งและบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดี

สะดวกต่อการเดินทาง

บุตรหลานมีการพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

มีการแจ้งข่าวสารและประชาสัมพันธ์

และอื่นๆ โปรดระบุ .....

1.15 สิ่งที่ท่านไม่ประทับใจกับโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันบุตรหลานเรียนอยู่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- คุณภาพมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนยังไม่ดีเท่าที่ควร
- ทีมงานผู้สอนไม่มีคุณภาพ ไม่เก่ง
- ไม่มีการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานของท่าน ดูแลอย่างไม่ทั่วถึง
- การให้บริการของพนักงานต้อนรับ
- ราคาค่าเรียนแพง
- บรรยากาศการเรียนไม่สนุก
- ไม่สะดวกในการเดินทาง
- บุตรหลานไม่มีการพัฒนาการที่ดีขึ้น
- และอื่นๆ โปรดระบุ .....

1.16 ท่านอยากได้อะไรเพิ่มเติมจากโรงเรียนเสริมทักษะที่ปัจจุบันบุตรหลานเรียนอยู่แห่งนี้ (โปรดระบุ)

.....

.....

1.17 ถ้าให้คะแนนเต็ม 10 ท่านจะให้คะแนนโรงเรียนเสริมทักษะแห่งนี้เท่าไร?

(1 ไม่พึงพอใจ และ 10 พึงพอใจมากที่สุด)

- |                             |                            |                            |                            |                            |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 10 | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 6 |
| <input type="checkbox"/> 5  | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 1 |

1.18 ถ้าให้ท่านแนะนำโรงเรียนเสริมทักษะแห่งนี้ให้บุคคลอื่น ท่านจะแนะนำหรือไม่ เพราะเหตุใด?

- แนะนำ
- เพราะ.....
- .....

- ไม่แนะนำ
- เพราะ.....
- .....

## ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

**นิยามศัพท์** การเรียนทำอาหารจะช่วยส่งเสริมให้เด็กมีการพัฒนาการของระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า (ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัส) การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กจากการปั้นแป้ง นวดแป้ง การเรียนรู้คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ผ่านการวัดตวงปริมาตรต่างๆ การเปลี่ยนสถานะของสาร เป็นต้น

### 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก

ระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ (จากมากที่สุด 5 คะแนน ถึงน้อยที่สุด 1 คะแนน)

มากที่สุด (5)    มาก (4)    ปานกลาง (3)    น้อย (2)    น้อยที่สุด (1)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก	ระดับความเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. คุณภาพและมาตรฐานของหลักสูตร					
2. คุณภาพของผู้สอน					
3. ชื่อเสียงของสถาบัน					
4. การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง					
5. ห้องเรียนมีขนาดกว้างขวาง					
6. ห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทที่สะดวก					
7. มีความปลอดภัยในการเรียน					
8. ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่ใช้ในการเรียนเป็นอุปกรณ์ สำหรับเด็กโดยเฉพาะ					
9. วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหารเป็นวัตถุดิบที่มี คุณภาพ สด ใหม่ สะอาด					
10. วัตถุดิบผักที่นำมาปรุงอาหารเป็นออร์แกนิก ปลอดสารพิษ					
11. มีการเสริมความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน ผ่านวัตถุดิบในการปรุงอาหาร					
12. มีการให้ความรู้ในด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ผ่านการทำอาหาร					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก	ระดับความเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
1. ราคาค่าเรียนเหมาะสมกับหลักสูตร					
2. ราคาค่าเรียนเหมาะสมกับคุณภาพของครูผู้สอน					
3. ราคาค่าเรียนเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียน					
4. ราคาค่าเรียนเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ประกอบการเรียน					
5. ราคาค่าเรียนเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง					
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง)</b>					
1. ทำเลที่ตั้งใกล้สถานศึกษาและอยู่ใจกลางเมือง					
2. ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่เรียนพิเศษด้านอื่นๆ					
3. ทำเลที่ตั้งใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน สะดวกต่อการเดินทาง					
4. การเดินทางสะดวกทั้งรถส่วนตัวและรถสาธารณะ					
5. บรรยากาศและการตกแต่งโรงเรียน					
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด</b>					
1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น แจกแผ่นพับตามโรงเรียน ตามโรงพยาบาลคลินิกเด็ก โฆษณาตามสวนสนุก และที่ต่างๆ ไปเรียนเสริมทักษะต่างๆ เว็บไซต์					
2. มีเว็บไซต์ที่ให้รายละเอียดการเรียนการสอนที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ					
3. มีรายการส่งเสริมการขายต่างๆ (Promotion) ให้ส่วนลดค่าเรียนอย่างเหมาะสมในกรณีพิเศษ เช่น แนะนำเพื่อนมาเรียน มีการสมัครเรียนหลายหลักสูตร มีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ					
4. ให้เป็นของขวัญแก่นักเรียนในวันเกิดฟรี 1 ครั้ง					



- 2.2 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กจะช่วยฝึกการพัฒนาการทางด้านระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า (ตา หู จมูก ลิ้น และสัมผัส) ของเด็กได้เป็นอย่างดี
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กสามารถสอดแทรกความรู้ในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษา ) ผ่านกิจกรรมการปรุงอาหารได้
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.4 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กควรมีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหารจากสถาบันที่มีชื่อเสียง
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.5 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า หลักสูตรของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็ก ควรจะเป็นนักโภชนาการสำหรับเด็กเป็นคนเขียนหลักสูตร เพื่อที่จะได้ทราบว่า เด็กในช่วงวัยใด ต้องการคุณค่าทางโภชนาการแบบใด
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.6 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า อุปกรณ์เครื่องครัวที่ใช้ในการเรียนการสอนควรจะเป็นอุปกรณ์ที่ออกแบบมาสำหรับเด็กโดยเฉพาะ
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.7 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การที่ท่านส่งบุตรหลานมาเรียนพิเศษในสถาบันแห่งนี้ ท่านย่อมอยากให้บุตรหลานของท่านได้รับการใส่ใจ ดูแลอย่างใกล้ชิด และทั่วถึง
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง     เห็นด้วยมาก     เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย     ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.8 ท่านคิดว่า โรงเรียนสอนทำอาหารเด็กควรสอดแทรกความรู้ทางด้านภาษาเข้าไปในหลักสูตรหรือไม่ ? เช่น เวลามีการเรียนที่ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องครัว วัตถุดิบ นอกจากที่คุณครูจะสอนเด็กๆ ว่า สิ่งนี้คืออะไร คุณครูควรจะเสริมภาษาอื่นเข้าไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้เด็กได้มีความรู้ที่หลากหลายขึ้น
- ควร     ไม่ควร

2.8.1 หากท่านเห็นว่าควรเพิ่มภาษาอื่นเข้าไปในการเรียนการสอน ควรเป็นภาษาใด? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ       | <input type="checkbox"/> ภาษาจีน                 |
| <input type="checkbox"/> ภาษาญี่ปุ่น      | <input type="checkbox"/> ภาษาเกาหลี              |
| <input type="checkbox"/> ภาษาลาว          | <input type="checkbox"/> ภาษาพม่า                |
| <input type="checkbox"/> ภาษามาลาเลย์เซีย | <input type="checkbox"/> ภาษารัสเซีย             |
| <input type="checkbox"/> ภาษาเยอรมัน      | <input type="checkbox"/> ภาษาฝรั่งเศส            |
| <input type="checkbox"/> ภาษาอิตาลี       | <input type="checkbox"/> และอื่นๆ โปรดระบุ ..... |

2.8.2 ควรเพิ่มภาษาข้างต้น เพราะเหตุใด?

เพราะ .....

.....

2.9 ท่านคิดว่า สถานที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กอยู่ที่จามจุรีเสแควร์ เหมาะสมหรือไม่ ?  
เพราะเหตุใด?

- เหมาะสม       ไม่เหมาะสม

เพราะ .....

2.10 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ทางโรงเรียนควรมีห้องครัว เอาไว้บริการสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการมาสร้างสรรค์เมนูอาหารให้แก่บุตรหลานของท่านระหว่างรอเรียนพิเศษจากสถาบันอื่น

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง       เห็นด้วยมาก       เห็นด้วยปานกลาง
- เห็นด้วยน้อย       ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2.11 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ทางโรงเรียนควรมุ่ร้านอาหารและขนม เอาไว้ให้บริการสำหรับผู้ปกครองและเด็กนักเรียนที่มารอเรียน

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง       เห็นด้วยมาก       เห็นด้วยปานกลาง
- เห็นด้วยน้อย       ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2.12 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า บุตรหลานของท่านควรเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าการเลือกรับประทานอาหารจากรูปลักษณ์ภายนอก

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง       เห็นด้วยมาก       เห็นด้วยปานกลาง
- เห็นด้วยน้อย       ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- 2.13 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า อาหารที่มีรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามสามารถมาพร้อมกับคุณค่าทางโภชนาการได้
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง       เห็นด้วยมาก       เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย       ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.14 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การเรียนทำอาหารในปัจจุบันไม่ได้ส่งเสริมแค่การพัฒนาการของเด็กในแต่ละช่วงวัยเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นการส่งเสริมความสามารถพิเศษและอาจจะส่งผลกระทบต่ออาชีพในอนาคตได้อีกด้วย
- เห็นด้วยอย่างยิ่ง       เห็นด้วยมาก       เห็นด้วยปานกลาง  
 เห็นด้วยน้อย       ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2.15 ท่านคิดว่าอัตราค่าเรียนต่อชั่วโมง ควรอยู่ที่ราคาเท่าใด
- น้อยกว่า 200 บาท       200-300 บาท       300-400 บาท  
 มากกว่า 400 บาท       อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 2.16 ท่านคิดว่าระยะเวลาชั่วโมงเรียนต่อครั้งที่เหมาะสม ควรเป็นเท่าใด
- 1 ชั่วโมง ( 60 นาที )       1.30 ชั่วโมง ( 90 นาที )  
 2 ชั่วโมง ( 120 นาที )       2.30 ชั่วโมง ( 180 นาที )
- 2.17 ท่านหาแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สอบถามจากผู้มีประสบการณ์       หนังสือหรือนิตยสารเกี่ยวกับเด็ก  
 แผ่นพับหรือใบโฆษณา       Page ต่างๆ ใน Facebook  
 Social Media ต่างๆ       Google  
 อื่นๆ .....
- 2.18 ท่านอยากให้ทางโรงเรียน ติดต่อแจ้งข่าวสารทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- โทรศัพท์       E-Mail       SMS  
 Social Network       ไปรษณีย์       อื่นๆ .....

## การตัดสินใจ

	การตัดสินใจ				
	5 เรียน แน่นอน	4 อาจจะ เรียน	3 ไม่แน่ใจ	2 อาจจะไม่ เรียน	1 ไม่เรียน แน่นอน
ถ้าให้ท่านตัดสินใจ ท่านจะตัดสินใจส่งบุตรหลานของท่านมาเรียนในโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กที่ท่านกำลังประเมินนี้หรือไม่?					

เพราะเหตุใดท่านจึงตัดสินใจเช่นนี้?

.....

.....

.....

.....

## ส่วนที่ 3: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 เพศ

- ชาย                       หญิง

3.2 อายุ

- 18-25 ปี                       26-30 ปี                       31-35 ปี
- 36-40 ปี                       41-45 ปี                       46-50 ปี
- 51-55 ปี                       56-60 ปี                       มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3.3 สถานภาพ

- โสด                       สมรส                       หย่าร้าง / หม้าย

3.4 จำนวนของบุตรหลานในการปกครองของท่าน (โปรดระบุ อายุ และเพศ)

- 1 คน       2 คน       3 คน       4 คน       มากกว่า 4 คนขึ้นไป

อายุ .....ปี      เพศ       ชาย       หญิง

อายุ .....ปี      เพศ       ชาย       หญิง

## 3.5 ความเกี่ยวข้องกับบุตรหลานที่ท่านอ้างอิงถึง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บิดา-มารดา        | <input type="checkbox"/> คุณปู่ /คุณย่า /คุณตา /คุณยาย |
| <input type="checkbox"/> ลุง /ป้า /น้ำ /อา | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....                   |

## 3.6 ระดับการศึกษาสูงสุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า ปริญญาตรี    | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาโทหรือเทียบเท่า | <input type="checkbox"/> ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า |

## 3.7 อาชีพ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ          |
| <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ           | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน /แม่บ้าน             | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....        |

## 3.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,30-000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,45-001,000 บาท             | <input type="checkbox"/> 45,60-001,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 60,75-001,000 บาท             | <input type="checkbox"/> 75,001-90,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่า 90,000 บาท            |  |

\*\*\*\*\* จบแบบสอบถาม \*\*\*\*\*

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ	นางสาวศศิณีภู่ เดชะปรัชญาสกุล
วันเดือนปีเกิด	24 พฤศจิกายน 2532
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2554: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เทคนิคการแพทย์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่งงาน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธนโชติเอนเนอร์จียันตรการ จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน	2556-ปัจจุบัน: กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธนโชติเอนเนอร์จียันตรการ จำกัด 2555-2556: Medical Representative Abbott Laboratories (Thailand) Company Limited