

บทที่ 3

ภาพรวมองค์กร

แผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก (Kids Cooking School) นี้จะดำเนินการจัดตั้งขึ้นภายใต้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า

“สถาบันส่งเสริมทักษะการทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก (Kids Cooking Academy)”

ซึ่งจากนี้ไปจะใช้ชื่อแทนในการกล่าวถึงว่า “Kids Cooking Academy”

ในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก “Kids Cooking Academy” นั้น นอกจากผลตอบแทนที่เหมาะสมจากการลงทุนแล้ว ยังมีสิ่งที่มุ่งหวังจากการดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ต่างๆ นั้นประกอบด้วย

- ด้านลูกค้า (ผู้บริโภค) ได้แก่ การเป็นสถาบันที่สร้างคุณประโยชน์ในการเรียนรู้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยเปิดสอนหลักสูตรที่เสริมสร้างความรู้ด้านโภชนาการที่เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน โดยใช้อุปกรณ์ที่มีความปลอดภัย และได้รับการรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐ
- ด้านสังคม ได้แก่ การเป็นสถาบันที่สามารถสร้างคุณค่าให้แก่สังคมด้วยการส่งเสริมให้เด็กมีสุขอนามัยที่ดีจากการบริโภคอาหารที่เหมาะสม รู้จักใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ และให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันเพื่อสร้างครอบครัวที่อบอุ่นซึ่งสามารถลดปัญหาทางสังคมได้
- ด้านบุคลากรขององค์กร ได้แก่ การเป็นสถาบันที่สามารถสร้างความพึงพอใจและพัฒนาบุคลากรขององค์กรด้วยการเสริมสร้างโอกาสการเรียนรู้ ท่ามกลางบรรยากาศการทำงานที่เป็นกันเอง รวมถึงการจัดสรรให้มีสวัสดิการและผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่บุคลากร
- ด้านผู้ประกอบการ (ผู้ลงทุน) การเป็นสถาบันที่มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง มีการบริหารจัดการอย่างโปร่งใส พร้อมทั้งรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้เพื่อให้สามารถบรรลุสิ่งที่มุ่งหวังได้นั้น จำเป็นต้องทำการกำหนดภาพรวมขององค์กรในการดำเนินงาน เพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

3.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision and Mission)

● วิสัยทัศน์ (Vision)

“Kids Cooking Academy จะเป็นผู้นำในการสร้างและส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อให้เด็กและเยาวชนไทยมีสุขภาพที่แข็งแรง ด้วยการสร้างลักษณะนิสัยที่ดีในการรู้จักเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าต่อร่างกาย ผ่านการเรียนรู้ทางโภชนาการและปฏิบัติจริง ตลอดจนพัฒนาทักษะทางด้านอื่นๆ รวมถึงการสร้างพื้นฐานในการทำอาหารและขนมซึ่งอาจเป็นอาชีพได้ในอนาคต และเป็นตัวกลางที่ช่วยทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในการทำอาหารและขนม”

● พันธกิจ (Mission) เพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ได้ ธุรกิจจะต้อง

- สร้างและพัฒนาหลักสูตรที่มีคุณภาพและเหมาะสม รวมถึงการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมไทย
- พัฒนาระบบบริหารและพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีศักยภาพ มีการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีความภาคภูมิใจต่อองค์กร
- สร้างและพัฒนาสื่อต่างๆ ที่จะนำเสนอสู่ผู้บริโภคและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการและเป็นไปในทางที่สร้างสรรค์
- ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม สามารถสร้างและกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการของสถาบันฯ ได้อย่างต่อเนื่อง
- สร้างการยอมรับจากผู้บริโภคด้วยการเป็นสถาบันที่ผู้ปกครองคิดถึงเป็นลำดับแรก (Top of Mind) เมื่อนึกถึงธุรกิจสอนเสริมทักษะให้แก่เด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 4-15 ปี ผ่านกิจกรรมการทำอาหารและขนมที่มีคุณภาพ รวมถึงการให้ความรู้แก่ผู้ปกครองที่สนใจด้านโภชนาการที่เหมาะสมแก่บุตรหลาน เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการเลือกบริโภคอาหารและขนมที่เหมาะสมตามหลักโภชนาการ รวมถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการเรียนรู้ผ่านการทำอาหารและขนม อีกทั้งเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างเสริมสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว

● สโลแกน (Slogan)

“สนุก ปลอดภัย ได้รับความรู้” เป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ Kids Cooking Academy ได้นำเสนอแก่ผู้บริโภค โดยในส่วนแรกเป็นเรื่องของความสนุกสนานในการเรียน เนื่องจาก Kids Cooking Academy ให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นเด็ก ดังนั้นการเรียนการสอนจึงต้องสนุกสนาน และเนื่องจากการทำอาหารอาจต้องมีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่ค่อนข้างเป็นอันตรายต่อเด็ก ดังนั้น Kids Cooking Academy จึงต้องให้ความ

ใส่ใจในเรื่องของความปลอดภัยสำหรับเด็กมากเป็นพิเศษ และสุดท้ายเป็นประโยชน์ที่ Kids Cooking Academy มุ่งนำเสนอให้แก่ลูกค้าและเป็นประโยชน์ที่สถาบันสอนทำอาหารต่างๆ ในปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นนำเสนอต่อผู้บริโภค นั่นคือ การถ่ายทอดความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับอาหาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโภชนาการ มารยาทบนโต๊ะอาหาร ฯลฯ ระหว่างการสอนทำอาหาร เพื่อให้เด็กๆ ได้นำความรู้ต่างๆ ไปใช้ในชีวิตประจำวัน

● เป้าหมายทางธุรกิจ (Business Goals)

Kids Cooking Academy ได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- สร้าง Brand Awareness ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเนื่องจากเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงสร้าง Brand Knowledge ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค
- สร้างอุปสงค์ (Create Demand) ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- กำหนดแนวทางและรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม รวมถึงพัฒนาตนเองให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้
- มีการบริหารจัดการทางการเงินที่เหมาะสมและความสอดคล้องระหว่างรายได้และค่าใช้จ่ายที่สามารถทำให้งานธุรกิจสามารถอยู่รอดได้

2. เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

- สามารถสร้าง Brand Loyalty แก่กลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ รวมถึงเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง
- สามารถขยายสาขาเพิ่มเติมในพื้นที่อื่นๆ ของกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เพิ่มขึ้นได้
- สามารถพัฒนาหลักสูตรให้เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของสถาบันฯ ได้
- สามารถขยายธุรกิจจากการจัดจำหน่ายสูตรอาหารและเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำอาหารสำหรับเด็กโดยใช้ตราเป็นของสถาบันฯ เองได้
- สามารถสร้างผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสมแก่การลงทุนได้

3. เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปีขึ้นไป)

- เป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับในวงกว้างในเรื่องของมาตรฐานและคุณภาพ
- สามารถพัฒนาและขยายรูปแบบในการให้บริการให้กว้างและครบวงจรมากขึ้น
- สามารถขยายสาขาออกไปยังหัวเมืองใหญ่ๆ ในส่วนภูมิภาคของประเทศได้
- สามารถสร้างผลตอบแทนทางการเงินที่เหมาะสมมากขึ้น ซึ่งจุดนี้ให้เกิดการขยายการลงทุนได้มากขึ้น

3.2 ลักษณะของธุรกิจ

● แนวคิดธุรกิจ

“Kids Cooking Academy” เป็นสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนการทำอาหารและขนมสำหรับเด็กที่มีช่วงอายุระหว่าง 4-15 ปี ที่มีความสนใจในการหาประสบการณ์แนวใหม่ด้วยการทำอาหารและขนม หรือกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการให้บุตรหลานใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยได้ความรู้ทางด้านโภชนาการควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือแม้กระทั่งผู้ที่มีความต้องการที่จะเรียนรู้วิธีการทำอาหารที่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยสถาบันมุ่งเน้นที่จะให้บริการด้วยการเรียนการสอนที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ด้วยการ

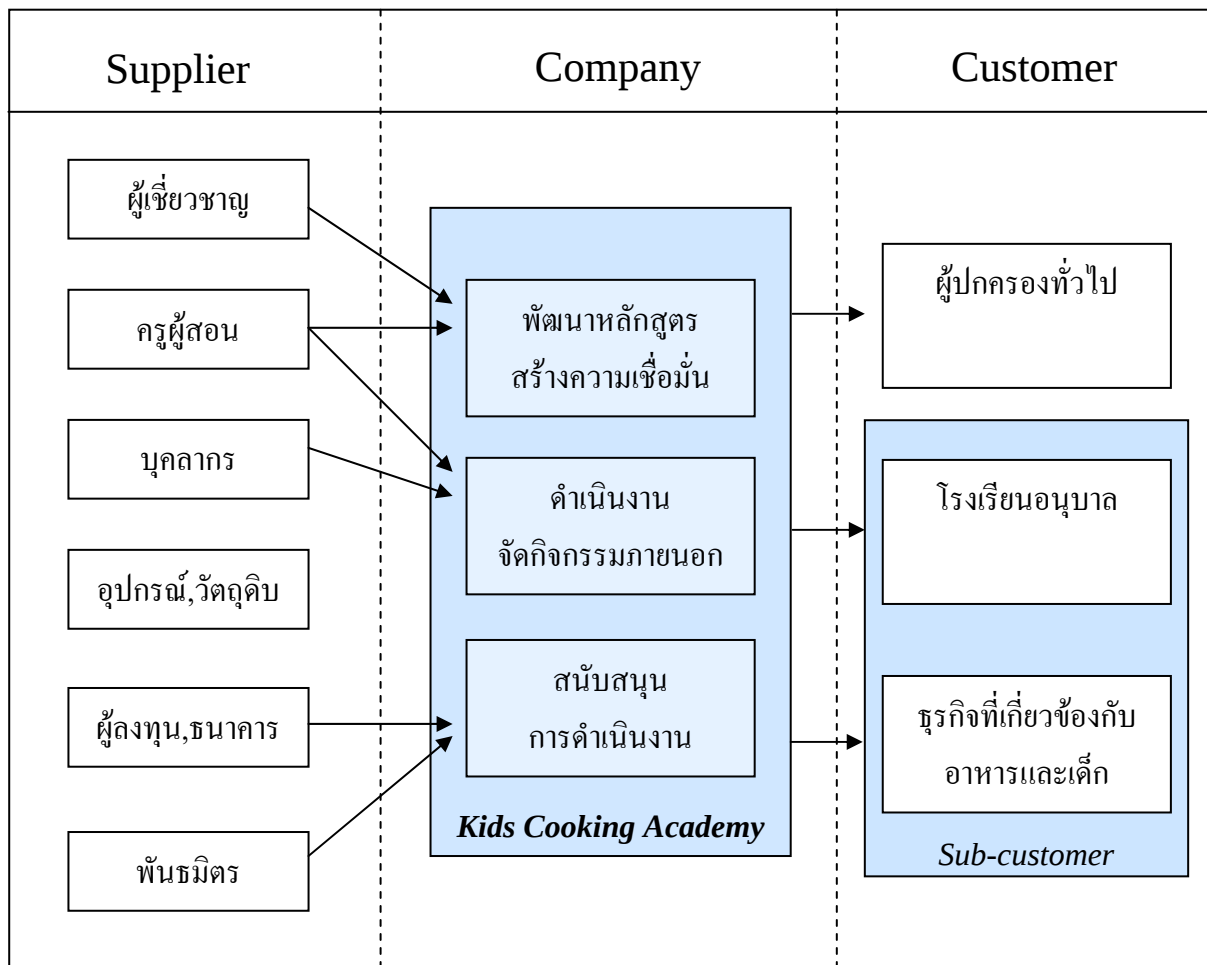
1. จัดให้บุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ โดยเฉพาะในด้านโภชนาการและเทคนิคในการสอนเด็กเพื่อให้เกิดทักษะในการเรียนรู้
2. จัดให้มีชั้นเรียนที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของตลาดให้ได้มากที่สุด โดยจัดให้มีชั้นเรียนใน 3 ลักษณะ ดังนี้
 - 2.1 ชั้นเรียนเฉพาะเด็ก เป็นชั้นเรียนที่จัดขึ้นสำหรับเด็กในช่วงวัยตั้งแต่ 7-15 ปี โดยเฉพาะเพื่อให้เด็กรู้จักการปรับตัวเข้ากับเพื่อนในวัยเดียวกัน และเหมาะสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการให้บุตรหลานได้รู้จักการช่วยเหลือตนเอง
 - 2.2 ชั้นเรียนร่วมระหว่างเด็กและผู้ปกครอง สำหรับผู้ปกครองที่ต้องการใช้เวลาว่างกับเด็กเพื่อเสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังได้ความรู้พร้อมกันทั้งเด็กและผู้ปกครอง เป็นชั้นเรียนที่จัดขึ้นสำหรับเด็กในช่วงวัย 4-6 ปี
 - 2.3 ชั้นเรียนสำหรับผู้ปกครองเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำอาหารสำหรับเด็ก มีลักษณะเป็นชั้นเรียนสำหรับผู้เตรียมความพร้อมในการเป็นคุณพ่อคุณแม่ หรือคุณพ่อคุณแม่ที่เพิ่งมีลูก ซึ่งต้องการการเรียนรู้วิธีการและการเลือกเมนูอาหารที่มีประโยชน์และเหมาะสมสำหรับเด็กเล็กซึ่งต้องเอาใจใส่ในเรื่องของโภชนาการเป็นพิเศษ
3. จัดให้มีหลักสูตรและชั้นเรียนที่ทันสมัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ตามกระแสนิยมของตลาด เช่น การมีเมนูที่หลากหลาย หรือการปรับเปลี่ยนเมนูใหม่ๆ เสมอ เป็นต้น
4. จัดให้มีการสอดแทรกความรู้ด้านโภชนาการ มารยาทบนโต๊ะอาหาร ฯลฯ ที่จำเป็นแก่เด็กและผู้ปกครอง

5. ให้บริการคำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการ ในเรื่องของการปรับปรุงพฤติกรรมบริการของ เด็กให้มีความถูกต้องตามหลักโภชนาการเพื่อให้เด็กได้รับสารอาหารต่างๆ ครบถ้วนตามความต้องการในแต่ละวัยตามความเหมาะสม

นอกจากการเรียนการสอนโดยปกติของสถาบันที่เกิดจากการ Walk-in ของลูกค้าโดยตรงแล้ว สถาบันยังมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจด้วยการสร้าง Brand Awareness, Brand Knowledge เพื่อขยาย กลุ่มลูกค้าและสร้างรายได้ให้กับสถาบันผ่านทางการจัดกิจกรรมร่วม หรือรับจัดกิจกรรมให้กับหน่วยธุรกิจ อื่นๆ เช่น ผู้ผลิตอาหารและขนมสำหรับเด็ก ฯลฯ ที่มีความต้องการให้สถาบันเข้าไปเป็นผู้ดูแลจัดกิจกรรม เกี่ยวกับการประกอบอาหารเพื่อส่งเสริมการขายให้กับหน่วยธุรกิจในลักษณะต่างๆ โดยไม่ปิดเบือน ภาพลักษณ์และวิธีการดำเนินงานที่กำหนดไว้เพื่อรักษามาตรฐานของสถาบันฯ ทั้งนี้อาจแบ่งกลุ่มลูกค้าของ สถาบันฯ ได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความต้องการให้บุตรหลานเสริมทักษะในด้าน การทำอาหารและขนม รวมถึงผู้ที่ต้องการความรู้ในการทำอาหารและขนมที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ซึ่งกลุ่มลูกค้า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าประเภท Walk-in ซึ่งสถาบันฯ จะเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลักใน ระยะแรกของการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสร้าง Brand Awareness และ Brand Knowledge ให้แก่สังคมในเบื้องต้นก่อน
2. กลุ่มลูกค้าประเภทสถาบัน ได้แก่ กลุ่มโรงเรียนอนุบาลต่างๆ ที่มีความต้องการให้สถาบันฯ เข้า ไปจัดทำหลักสูตรอบรมให้ความรู้ หรือจัดสอนชั้นเรียนการทำอาหารและขนมให้แก่เด็ก
3. กลุ่มลูกค้าประเภทองค์กร ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เช่น ผู้ผลิตสื่อ สำหรับเด็ก ผู้ผลิตอาหารและขนมสำหรับเด็ก ที่ต้องการให้สถาบันฯ ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาด เพื่อส่งเสริมธุรกิจผ่านทางกิจกรรมด้านการทำอาหารและขนม

ทั้งนี้ในระยะแรกสถาบันฯ จะให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าประเภทบุคคลทั่วไปก่อน เพื่อสร้างความ เชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือก่อนจะขยายกิจกรรมทางการตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าประเภทสถาบันและองค์กรใน ระยะต่อไป โดยสถาบันฯ จะจัดให้มีการวัดผลก่อนและหลังการใช้บริการของสถาบันฯ เพื่อประเมินผลความ พึงพอใจของลูกค้า สำหรับใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงบริการของสถาบันฯ ให้ตรงตามความต้องการของ ตลาดและรองรับความต้องการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อใช้ในการขยายรูปแบบการดำเนินธุรกิจในระยะยาวของ สถาบันฯ ได้



รูปที่ 3.1: Business Model ของ Kids Cooking Academy

● การแบ่งชั้นเรียน

การแบ่งชั้นเรียนจะแบ่งโดยใช้ช่วงอายุเป็นเกณฑ์ เนื่องจากเด็กในช่วงวัยที่แตกต่างกันจะมี พัฒนาการ ทักษะ และขีดความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน โดยในเบื้องต้นจะแบ่งชั้นเรียนออกเป็น 3 ช่วงอายุ ดังนี้

- ช่วงอายุ 4-6 ปี
- ช่วงอายุ 7-12 ปี
- ช่วงอายุ 13 ปี ขึ้นไป

โดยกำหนดให้เด็กในแต่ละช่วงชั้นเรียนต้องผ่านการเรียนหลักสูตรพื้นฐานก่อน จึงจะเรียนหลักสูตรอื่นๆ ต่อไปได้ โดยหลักสูตรพื้นฐานจะมุ่งเน้นให้เด็กๆ มีความรู้เบื้องต้นด้านโภชนาการ และมีทัศนคติที่ดีต่อการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ สำหรับหลักสูตรต่อเนื่องนั้นจะจัดให้มีความหลากหลาย มีสาระควบคู่ไปกับความสนุกสนาน

● หัวข้อของการเรียนการสอน

สำหรับการเรียนการสอนของ Kids Cooking Academy นั้น จะมุ่งเน้นการสอนเพื่อให้เป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินชีวิตให้กับเด็กและผู้ปกครอง ดังนั้นเนื้อหาหลักสูตรที่สอนจึงมุ่งการนำเน้นทฤษฎีต่างๆ มาประกอบเพื่อเป็นการให้ความรู้พื้นฐานทั่วไปสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งจะแตกต่างจากโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมทั่วไปที่จะมุ่งเน้นสอนเทคนิคการทำอาหารและขนมเป็นหลัก ทั้งนี้ Kids Cooking Academy มีเค้าโครงหลักสูตรที่จะสอนครอบคลุมหัวข้อดังนี้

- O ความปลอดภัยในการทำครัว (kitchen safety)** เนื่องจากในการทำอาหารและขนมมีอุปกรณ์หลายประเภทที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้หากขาดความระมัดระวัง ไม่ว่าจะเป็นอันตรายที่เกิดจากของมีคม อันตรายที่เกิดจากความร้อนต่างๆ เป็นต้น ในการเรียนการสอนสำหรับเด็กความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นการให้ความรู้เบื้องต้นในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ลักษณะนิสัยที่ถูกต้อง สิ่งที่ต้องระมัดระวัง รวมถึงการกระทำต้องห้ามที่อาจก่อให้เกิดอันตรายในการทำอาหารและขนมจึงเป็นสิ่งสำคัญแรกเริ่ม ที่เด็กควรเรียนรู้ก่อนและตลอดการเรียนการสอน เพื่อความปลอดภัยของตัวเองทั้งในระหว่างการเรียนการสอนและเมื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- O การเตรียมอาหาร (food preparation)** เป็นการให้ความรู้ในการเตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบต่างๆ เพื่อให้พร้อมสำหรับการทำอาหารและขนม
- O วิธีการทำอาหารและขนม (cooking and baking techniques)** เป็นเนื้อหาหลักที่จะสอนให้เด็กและผู้ปกครองทำอาหารและขนมในเมนูต่างๆ ตามหลักวิธีที่ถูกต้องเพื่อให้สามารถนำไปทำได้ด้วยตนเองที่บ้าน โดยมุ่งเน้นการเรียนการสอนทำอาหารและขนมที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและช่วยเสริมสร้างศักยภาพของเด็กในช่วงวัยต่างๆ
- O การจัดแต่งอาหารและขนม (presentation)** การจัดแต่งจาน ตกแต่งหน้าเค้กและขนม เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยทำให้อาหารมีความน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น นอกจากจะช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์แล้ว อาหารที่น่ารับประทานยังช่วยให้เด็กที่รับประทานอาหารยากมีความอยากในการรับประทานอาหารนั้นๆ มากขึ้นจากรูปแบบการตกแต่งที่สวยงามและดึงดูดความสนใจ
- O การจัดโต๊ะอาหาร (table setting)** นอกจากความรู้ด้านการประกอบอาหารและทำขนมแล้ว การจัดโต๊ะอาหารที่ถูกต้องและสวยงาม เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ให้ความรู้แก่เด็กและผู้ปกครอง นอกจากช่วยในเรื่องความคิดสร้างสรรค์แล้ว ยังเป็นการฝึกให้เด็กมีระเบียบวินัย มีสุขลักษณะที่ดีในการรับประทานอาหารอีกด้วย
- O มารยาทบนโต๊ะอาหาร (manners)** เป็นการสอนให้เด็กมีความรู้ในเรื่องของมารยาทบนโต๊ะอาหารที่ถูกต้อง ซึ่งนอกจากจะช่วยให้เด็กรับประทานอาหารได้อย่างเป็นระเบียบแล้วยังช่วย

ฝึกฝนลักษณะนิสัยที่ดีในการรับประทานอาหารและเป็นการปลูกฝังให้เด็กรู้จักมารยาทต่างๆ ในการรับประทานอาหารซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ตัวเด็กเองเมื่อต้องเข้าสังคมในอนาคต

O หลักโภชนาการ (nutrition) นอกจากการทำอาหารและขนมที่มีรสชาติดี มีการตกแต่งที่สวยงามแล้ว การประกอบอาหารและทำขนมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ดังนั้นการให้ความรู้ทางโภชนาการเป็นการปลูกฝังลักษณะนิสัยที่ดี ในการรับประทานอาหารให้กับเด็ก โดยจะทำให้เด็กรับรู้ถึงประโยชน์และผลเสียจากการรับประทานอาหารประเภทต่างๆ เพื่อให้เด็กรู้จักเลือกรับประทานในสิ่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และหลีกเลี่ยงจากอาหารและขนมต่างๆ ที่ไม่มีประโยชน์ช่วยให้เด็กมีสุขภาพที่แข็งแรงและเติบโตได้เป็นอย่างดี

● ลักษณะที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้ง “Kids Cooking Academy” ได้พิจารณาปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. **ที่ตั้งและการคมนาคม** เนื่องจากในระยะเริ่มต้นสถาบันฯ จะเปิดให้บริการเพียงสาขาเดียว จึงต้องเลือกทำเลซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และมีความโดดเด่น มีการคมนาคมที่สะดวก
2. **ภาพลักษณ์** มีความภูมิฐานสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสถาบันที่ต้องมีความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพ ประกอบกับเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ปกครองที่มีรายได้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง สามารถใช้จ่ายในการเสริมทักษะพิเศษให้แก่บุตรหลานได้
3. **ค่าเช่า** สอดคล้องกับงบประมาณและคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และกลุ่มลูกค้าที่จะได้
4. **สภาพแวดล้อม/สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ** บรรยากาศสวยงาม ไม่แออัด การให้บริการสถานที่จอดรถ การให้บริการด้านการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ร้านค้าในบริเวณใกล้เคียงที่มีความหลากหลายและสามารถให้ผู้ปกครองและเด็กใช้เวลาในระหว่างช่วงที่รอได้
5. **ปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ** เช่น โอกาสในการพัฒนาพื้นที่ ระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะมีผลต่อการใช้ประโยชน์สถานที่ ซึ่งควรมีความยืดหยุ่นสามารถรองรับการพัฒนาและปรับปรุงของสถาบันในอนาคตได้ หรือแม้แต่การพิจารณาแนวโน้มความเจริญในอนาคตของพื้นที่ที่ควรมีแนวโน้มของการขยายการเติบโตของธุรกิจและบริการในบริเวณใกล้เคียง และจะเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

จากการคัดเลือกเบื้องต้น โดยพิจารณาจากทำเลซึ่งมีผู้เช่าซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านการศึกษาอยู่ด้วย นั้น พบว่าทำเลที่ควรนำมาพิจารณา คือ ห้างสรรพสินค้าเสิร์เช็นเตอร์ และ อาคารเอส ซี บี ปาร์ค สำหรับอีกโครงการหนึ่งที่น่าสนใจคือ เดอะ คริสตัล ช็อปปิงเซ็นเตอร์ ไลฟ์สไตล์มอลล์แห่งใหม่ซึ่งเพิ่งเปิดให้บริการ

อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2550 ซึ่งแต่ละทำเลสามารถแยกพิจารณาตามปัจจัยข้างต้นได้ตามตารางที่ 3.1 ดังนี้

	เสรี เซ็นเตอร์	เอส ซี บี ปาร์ค พลาซ่า	เดอะ คริสตัล ช็อปปิง เซ็นเตอร์
ที่ตั้ง	บนถนน ศรีนครินทร์ ใกล้สวนหลวง ร.9	บน ถนนรัชดา ใกล้สี่แยกรัชโยธิน	อยู่บนถนนประดิษฐ์มนูธรรม ช่วงถนนลาดพร้าว กับ ถนนเกษตรนวมินทร์
การคมนาคม	อยู่ติดถนนใหญ่ เชื่อมต่อกับถนนบางนา-ตราด ห่างจากจุดขึ้นลงทางด่วน	อยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานีรถไฟฟ้า และสถานีรถไฟใต้ดิน ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วน	ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา และเชื่อมต่อไปยังถนนหลัก ได้แก่ ถนนพระราม9, ถนนสุขุมวิท, ถนนลาดพร้าว ถนนเกษตร-นวมินทร์ ถนนรามอินทรา
ภาพลักษณ์	Destination Center	อาคารสำนักงานชั้นนำ ใจกลางกรุง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก	Family lifestyle shopping mall ภายในอาคารแบบแคลิฟอร์เนีย คอนเทมโพรารี
ผู้เช่าภายในอาคาร	ร้านอาหาร เครื่องใช้ในบ้าน อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ บริการการศึกษา	สำนักงาน ร้านอาหาร ศูนย์สุขภาพ ศูนย์การประชุม บริการการศึกษา ฯลฯ	ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร แฟชั่น อุปกรณ์กีฬา ร้านเสริมสวยและคลินิกเสริมความงาม อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ บริการการศึกษา
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ระดับ B ขึ้นไป เน้นกลุ่มครอบครัว ในเขตศรีนครินทร์ บางนา	กลุ่มคนวัยทำงาน และลูกค้าที่พักอาศัยในละแวกใกล้เคียง	ลูกค้าระดับระดับ B ขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มครอบครัว กลุ่มคนทำงาน กลุ่มวัยรุ่น ฯลฯ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณเอกมัย รามอินทรา ลาดพร้าว เกษตรนวมินทร์ เป็นหลัก

	เสรี เซ็นเตอร์	เอส ซี บี ปาร์ค พลาซ่า	เดอะ คริสตัล ซ้อปิ้ง เซ็นเตอร์
ค่าเช่า	NA	700 บ. / ตร.ม.	500 บ. / ตร.ม.
สภาพแวดล้อม/สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	จอดรถได้ 4,000 คัน	อาคารสำนักงานมีระดับ ที่จอดรถกว้างขวาง ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	บรรยากาศแบบ Outdoor Terrace ร่มรื่นสวยงาม และ การใช้งานที่สะดวกสบายเช่นลานจอดรถ จุดรับส่งผู้โดยสาร บริเวณน้ำพุนางฟ้า และ สวนสวยตลอดแนว ที่จอดรถกว่า 400 คัน
อื่นๆ	มีธุรกิจการศึกษาค่อนข้างเยอะ ดำเนินการมานานแล้ว เน้นลูกค้าในบริเวณใกล้เคียง ไม่ค่อยมีสิ่งดึงดูดใจใหม่ๆ	เป็นจุดที่การจราจรค่อนข้างติดขัด ในช่วงวันหยุดหรือหลังเลิกงานผู้คนมักไม่ค่อยคับคั่ง	มีศักยภาพการเติบโตของย่านเอกมัยลาดพร้าว รามอินทรา โดยมีจำนวนประชากรเข้ามาอาศัยในโครงการบ้านจัดสรรต่างๆ กว่า 300 โครงการ

ตารางที่ 3.1: เปรียบเทียบทำเลสำหรับใช้เป็นที่ตั้งของ Kids Cooking Academy

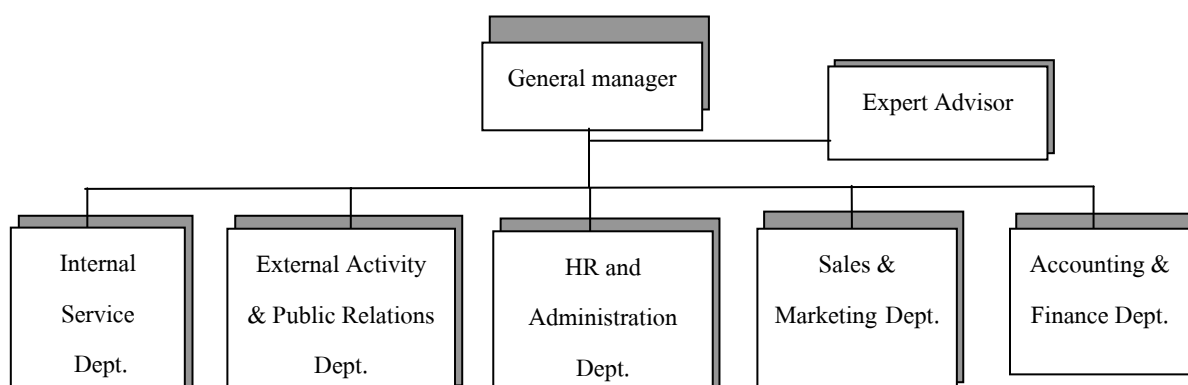
แม้ว่าในการเลือกที่ตั้งของ Kids Cooking Academy จะพิจารณาจากหลากหลายปัจจัยข้างต้นแล้วก็ตาม หากแต่ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ยังมิได้นำมาใช้ในการพิจารณา อย่างเช่น ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารจัดการสถานที่ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการ แต่จากการเปรียบเทียบขั้นต้นแล้วพบว่า Kids Cooking Academy ควรตั้งที่เดอะ คริสตัล ซ้อปิ้งเซ็นเตอร์ เนื่องจากสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสถาบัน และสอดคล้องกับกระแสมความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อ lifestyle mall หรือศูนย์การค้าขนาดย่อม นอกจากนี้ยังมีศักยภาพในการเติบโตของทำเลดังกล่าวด้วย



รูปที่ 3.2: ภาพจำลองเดอะ คริสตัล ช็อปปิ้งเซ็นเตอร์

3.3 โครงสร้างขององค์กร (Organization Structure)

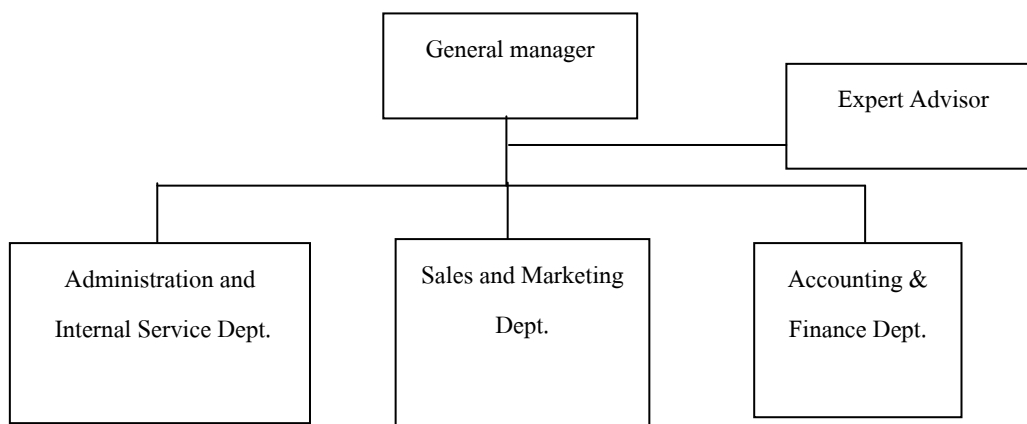
Kids Cooking Academy มีการจัดโครงสร้างตามหน้าที่ (Functional Organization) โดยมีแผนที่จะจัดตั้งหน่วยงานภายในต่างๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะหน้าที่การดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละแผนกจะมีหน้าที่รับผิดชอบของตนเองที่ชัดเจนและรวมกันให้การดำเนินงานในภาพรวมของ Kids Cooking Academy เป็นไปได้อย่างราบรื่นในระยะยาว ดังนั้นจึงได้กำหนดรูปแบบโครงสร้างองค์กรไว้ตามที่แสดงในภาพที่ 3.3



รูปที่ 3.3: ผังแสดงโครงสร้างองค์กร

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในช่วงแรกของการดำเนินงานของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กนั้น ยังไม่มีความชัดเจนและแน่นอนในเรื่องของตลาดและรายได้ที่จะได้รับ อีกทั้งเป็นการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ไม่ได้มีฐานธุรกิจเดิมแต่อย่างใด ด้วยเหตุนี้การจัดองค์กรจึงควรมีความกะทัดรัดและซับซ้อนน้อยที่สุด เพื่อให้สะดวกแก่การบริหารและดำเนินงาน รวมถึงประหยัดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ดังนั้นในช่วงเริ่มต้นของ

การดำเนินการ Kids Cooking Academy จึงจะจัดให้มีโครงสร้างองค์กรแบบง่ายก่อนโดยยกเลิกและรวบบางส่วนงานจากผังองค์กรข้างต้น ดังนี้



รูปที่ 3.4: ผังแสดงโครงสร้างองค์กรอย่างง่ายในช่วงแรกของการดำเนินงาน

สำหรับผังองค์กรอย่างง่ายนี้ได้ยกเลิก Human Resources and Administration Department แล้วยุบรวมเข้ากับ Internal Service Department เนื่องจากในระยะแรกบุคลากรยังไม่มากนัก การบริหารบุคคลยังไม่ซับซ้อน นอกจากนี้ ในระยะแรกโรงเรียนยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงเน้นการสร้าง Awareness และ Knowledge ในส่วนของชั้นเรียนปกติ ก่อนที่จะทำการรับดำเนินกิจกรรมภายนอกให้กับองค์กรและหน่วยงานอื่นๆ และได้ยุบรวมงานในส่วนของ External Activity & Public Relations Department ให้เป็นงานของฝ่าย Sales & Marketing Department ซึ่งจะมี General Manager เป็นผู้นำ ทั้งนี้ในรายละเอียดของการจัดโครงสร้างองค์กรตลอดจนงานบริหารบุคคลจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไปในบทที่ 8 การบริหารทรัพยากรบุคคล

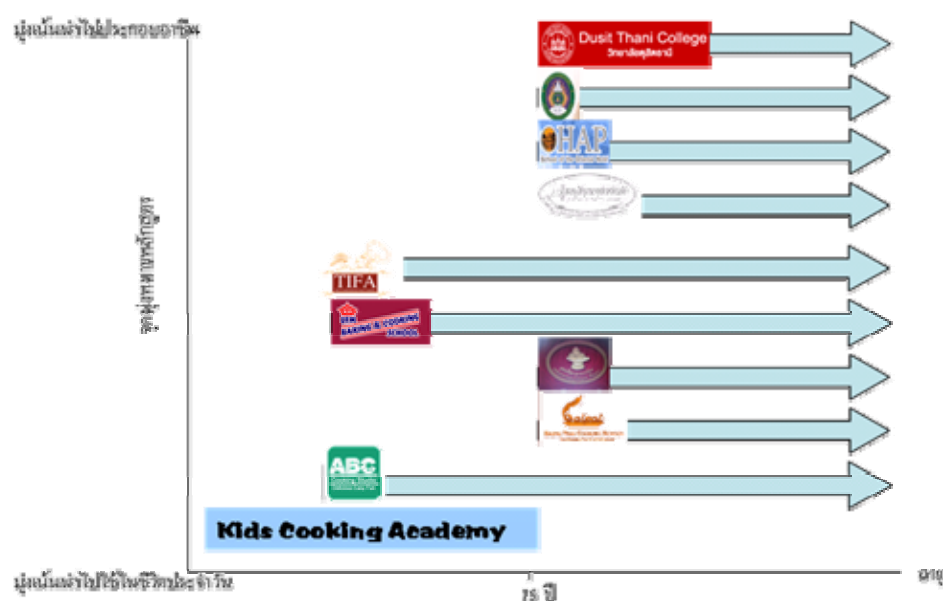
3.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Market)

แม้ว่าเด็กจะเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการหลักของสถาบัน และเป็นผู้มีบทบาทในการเลือกบริโภคของครอบครัวก็ตาม แต่ท้ายที่สุดแล้วผู้ปกครองจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกซื้อสินค้าและบริการโดยพิจารณาจากปัจจัยความเหมาะสมหลายๆ ด้าน ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้โครงการจึงกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ “กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานในช่วงอายุระหว่าง 4-15 ปี ซึ่งมีกำลังซื้ออยู่ในระดับที่สามารถใช้จ่ายในการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนปกติให้แก่บุตรหลานได้ และมีความสนใจในการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมให้กับบุตรหลาน เพื่อส่งเสริมศักยภาพและตอบสนองความต้องการของบุตรหลาน ภายใต้การดูแลที่น่าเชื่อถือและมีมืออาชีพ”

3.5 ตำแหน่งของการบริการ และผลิตภัณฑ์

สำหรับตำแหน่งของการบริการ และผลิตภัณฑ์ (Product's Positioning) ที่ได้วางไว้เบื้องต้นจากข้อมูลพื้นฐานที่มีนั้น จะวางตำแหน่งของ Kids Cooking Academy ด้วยปัจจัยทางด้านอายุของผู้เรียนซึ่งเป็นเด็กและวัยรุ่น ซึ่งถือว่ามีความกว้างทางตลาดอยู่มาก เนื่องจากในปัจจุบันมีสถาบันสอนทำอาหารสำหรับเด็กเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น โดยจุดประสงค์การเรียนการสอนก็จะเน้นไปในแนวทางที่ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ โดยในหลักสูตรที่เปิดสอนก็จะไม่ใช่เพียงการสอนทำอาหารเพียงอย่างเดียว แต่จะเน้นสอดแทรกความรู้ด้านโภชนาการ และความรู้อื่นๆ เกี่ยวกับอาหารให้กับผู้เรียน ซึ่งแตกต่างจากสถาบันสอนทำอาหารทั่วไปที่เน้นให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพเป็นพ่อครัวแม่ครัว หรือเพื่อเปิดกิจการร้านอาหาร

“Kids Cooking School สถาบันสอนทำอาหารและผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการสำหรับเด็ก”



รูปที่ 3.5: แสดงการวางตำแหน่ง (Positioning) ของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม Kids Cooking Academy

3.6 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ (Strategic Goal)

1. ดำเนินธุรกิจ Kids cooking Academy ให้องค์กรอยู่รอดได้ระยะแรกของการดำเนินงาน
2. ทำให้ Kids cooking Academy เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในฐานะสถาบันสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก โดยเป้าหมายกำหนดภายใน 1 ปี
3. สร้างยอดขายและกำไรให้กับ Kids Cooking Academy โดยสามารถคืนทุนภายในปีที่ 5

3.7 ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

เนื่องจากกิจกรรมในการทำอาหารและขนมสำหรับเด็กยังเป็นสิ่งใหม่ในสังคมไทย ยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับเหมือนการเล่นกีฬา เล่นดนตรี หรือศิลปะ ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก เพื่อให้ประสบความสำเร็จ (Key success factors) ซึ่งประมวลได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็ก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **หลักสูตร** : เน้นในเรื่องความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือและความหลากหลายของหลักสูตร ทั้งในเรื่องของชั้นเรียนและเมนูที่ทำการสอน การดูแลเอาใจใส่ในการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน การสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นเกิดขึ้นได้ด้วยการสร้างระบบการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน โดยต้องได้รับการดูแลและออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของสถาบัน นอกจากนี้ยังรวมถึงความสนุกสนาน ฯลฯ
2. **ผลสำเร็จ(สิ่งที่ได้รับจากการใช้บริการ)** : ต้องเป็นไปตามที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือดีกว่า เช่น สามารถนำไปใช้ได้จริง อาหารและขนมมีรสชาติที่ดี เป็นต้น
3. **ที่ตั้ง** : เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปกครองในการนำบุตรหลานมาเรียน ที่ตั้งควรอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีความภูมิฐาน มีที่จอดรถสะดวก รวมถึงมีร้านค้าต่างๆ ให้ผู้ปกครองสามารถเลือกใช้บริการระหว่างรอบุตรหลาน
4. **บุคลากร** : ต้องได้รับการคัดเลือก ทดสอบคุณสมบัติให้เหมาะสมตามความต้องการ รวมถึงต้องมีการพัฒนาและประเมินผลการปฏิบัติงาน ภายใต้ระบบการดูแลและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อจูงใจให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่ต้องการและรักษามูลค่าให้คงอยู่กับสถาบัน
5. **ลูกค้า** : เน้นการสร้างและรักษาสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้เกิดการใช้ (ซื้อบริการ)ซ้ำในหลักสูตรอื่นๆ และบอกต่อแก่ลูกค้าใหม่ (Viral Marketing) เพื่อขยายฐานลูกค้า
6. **กลุ่มพันธมิตร** : เน้นการสร้างพันธมิตรในหลากหลายสาขาเพื่อให้ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและประหยัดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์
7. **ความมั่นคงทางการเงิน** : ต้องมีระบบบริหารจัดการรายได้และต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อให้ธุรกิจสามารถคงอยู่และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมได้

จากนี้จะได้กล่าวถึงการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ในการจัดทำแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กโดยละเอียดต่อไปในบทที่ 4